

**ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN  
BIMBINGAN BELAJAR NURUL FIKRI PADA ASPEK  
PASAR, ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN  
DI DAERAH PANAM PEKANBARU**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Pada Jurusan Teknik Industri**

**Oleh:**

**HERY KURNIAWAN  
10552001532**



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU**

**2011**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya Penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN BIMBINGAN BELAJAR NURUL FIKRI PADA ASPEK PASAR, ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN DI DAERAH PANAM PEKANBARU”** sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan studi di Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis mendapat bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dra. Hj. Yenita Morena, M.Si selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Petir Papilo, S.T, M.Sc selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Ibu Merry Siska, S.T., M.T selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri dan penguji yang banyak mengorbankan waktu dan pikirannya. Moga anaknya menjadi anak yang soleh ya bu.
5. Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T selaku Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri dan penguji yang telah mencurahkan waktu, pikiran dan tenaganya buat selesainya skripsi ini. Mudah-mudahan pecel lele Eyang Progonya semakin berjaya dan banyak pelanggannya ya pak. Semoga Allah membalas kebaikan bapak. Amin.
6. Ibu Neng Sri Novi Fitri Yani, M.TechMgt selaku pembimbing yang sangat berpengaruh terhadap selesainya skripsi ini, yang telah meluangkan waktu, ilmu dan pikirannya. Tidak ada kata lain selain ucapan terima kasih yang

begitu mendalam kepada ibu. Semoga Allah membalas kebaikan ibu, memberkahi dan meridhoi segala aktivitas ibu. Amin..

7. Ibu Nofirza, M.Sc selaku Penasehat Akademis dan sekaligus penguji, walaupun tidak sampai selesai dalam menguji, namun banyak memberikan pencerahan kepada peneliti. Semoga apa yang ibu berikan selama masa perkuliahan dan ilmu yang ibu berikan selama pengerjaan skripsi ini menjadi amal soleh dimata Allah SWT. Semoga anaknya menjadi anak yang soleh ya bu.
8. Bapak Ekie Gilang Permata, M.Sc selaku penguji yang telah meluangkan waktu, ilmu dan pikirannya. Walaupun sebentar, tapi rasanya banyak sekali ilmu yang di dapat dari bapak dalam skripsi ini.. Semoga Allah membalas kebaikan bapak.
9. Segenap Dosen dan Karyawan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (P' Siddiq, Bu' Vera, Bu' Wresni, Bu' Yola, Bu, Ainun, K' Misra, K' Ratna dan Bg Yudi), yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan kuliah selama ini.
10. Kedua orang tuaku (Ayah: Zulkifli Marzami dan Ibu: Delmita). Terima kasih atas do'a, semangat serta dukungan moril dan materil yang telah diberikan mama dan papa, walaupun gak bisa jadi seorang dokter, mudah-mudahan ini lah jalan lain yang diberikan Allah kepada Ananda dalam meraih cita-cita dan kesuksesan dimasa yang akan datang, amin.
11. Buat adek-adek abang yang sangat abang sayang, yaitu Aliya, jangan suka emosian ya ntar gak ada cowok yang mau nikah dengan Aliya lho, Latifha, makasih ya dek karena udah membantu abang di Pekanbaru, jangan sakit-sakit lagi ya. Yang terahir buat unyuk-unyuk abang yang paling ganteng dan manja yaitu dedek Saqif, jangan manja terus ya dek. Masa udah kelas 3 SD gak bisa juga pake baju sendiri, jadi orang pintar ya dek.
12. Buat orang yang amat uda sayang Nelfi Yazma, S.Si , yang udah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, bahkan perasannya selama ini. Jangan kapok jadi pacar uda ya. Semoga apa yang kita cita-citakan selama ini dapat terwujud hendaknya ya heart.

13. Sahabat-sahabat terbaikku, Angga, makasih ya ga atas waktu, tenaga dan pikirannya, beruntung punya teman kayak Angga. Tomi, Ricko Aditya, Dedi Suarman, Toim, Welly, makasih ya atas perhatian dan dukungannya selama ini.
14. Laksmana nasyid, Bang Don (Pak Wo), akhirnya jadi ST juga bang, gak CST lagi. Ari Fauzi sang manajer, makasih ri atas dukungannya selama ini, walaupun bisnis kita gagal mudah-mudahan waktu akan datang dapat lebih baik lagi. Jay Liong, sabar ya jay jadi PNS. Ada masanya nantik akan lebih baik lagi.
15. Teman-teman angkatan 2005, Ison, Aspi, Endo, Andik, Eko, Robi, Eka, Fai, Ali dan Abdi, hanya kita yang tersisa kawan. Jangan menyerah ya.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah mendukung penulis selama ini.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan yang harus diperbaiki, namun penulis berusaha untuk mencapai hasil seperti yang diinginkan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun. Dan akhirnya penulis berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 20 Juni 2011

Penulis

**HERY KURNIAWAN**  
**10552001532**

# **ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN BIMBINGAN BELAJAR NURUL FIKRI PADA ASPEK PASAR, ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN DI DAERAH PANAM PEKANBARU**

**HERY KURNIAWAN**  
**10552001532**

Tanggal Sidang : 20 Juni 2011

Periode Wisuda : Juli 2011

Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

## **ABSTRAK**

Setiap perusahaan yang akan menjalankan suatu usaha, maka langkah awal yang harus dilakukan perusahaan yaitu menganalisis kelayakan (*feasibility*) usaha tersebut. Analisis kelayakan usaha merupakan hal yang terpenting dalam mendirikan suatu usaha guna menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan. Langkah yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dijalankan, yaitu dengan cara menganalisis 8 (delapan) aspek, meliputi: keuangan, pasar, pemasaran, manajemen, ekonomi dan sosial, teknis, hukum serta lingkungan. Pada penelitian ini, hanya menganalisis 3 (tiga) aspek, diantaranya: aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan, hal ini dikarenakan ketiga aspek tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap kelayakan pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam. Pada aspek pasar penelitian dilakukan dengan cara menganalisis hasil wawancara terhadap 5 orang responden, sedangkan pada aspek pemasaran menggunakan 164 kuesioner yang disebar di 7 (tujuh) SMP dan 5 (lima) SMA yang ada di Kecamatan Tampan yang menjadi parameter kelayakan pengembangan Bimbel Nurul Fikri di daerah Panam. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada aspek pasar menunjukan bahwa pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam sangat sesuai, hal ini dikarenakan letak daerah panam yang menjadi pusat pendidikan, pusat pengembangan kota serta banyak terdapat sekolah islam, sehingga sangat mendukung program Bimbel Nurul Fikri yang mengintegrasikan keislaman dengan ilmu pengetahuan. Berdasarkan aspek pemasaran dapat diketahui bahwa para responden menginginkan pihak Bimbel Nurul Fikri menyediakan fasilitas pendukung dalam belajar, lokasi yang strategis, adanya diskon serta promosi yang dilakukan dengan cara langsung terjun ke sekolah-sekolah. Sedangkan berdasarkan aspek keuangan *Payback Period (PP)* memiliki waktu pengembalian yang tidak cukup, sehingga Bimbel Nurul Fikri berdasarkan metode *Payback Period (PP)* tidak layak dikembangkan, *Net Present Value (NPV)* bernilai negatif yaitu Rp - 15.559.749,8, sehingga Bimbel Nurul Fikri tidak layak dikembangkan. Sedangkan untuk *Internal Rate of Return (IRR)*, nilai suku bunga pengembalian investasi sebesar 10,11 % lebih kecil dari pada suku bunga pinjaman bank sebesar 12 %, berdasarkan metode *IRR* investasi tidak layak dikembangkan. Dari kriteria tersebut sebaiknya perusahaan tidak melaksanakan pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam.

**Kata Kunci:** *Feasibility*, Aspek Keuangan, Aspek Pasar dan Aspek Pemasaran

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	I-1
1.2 Perumusan Masalah .....	I-3
1.3 Tujuan .....	I-3
1.4 Batasan Masalah .....	I-3
1.5 Manfaat Penelitian .....	I-3
1.6 Posisi Penelitian .....	I-4
1.7 Sistematika Penulisan .....	I-5
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis .....	II-1
2.2 Biaya Kebutuhan Investasi.....	II-5
2.3 Lembaga-lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan .....	II-5
2.4 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis .....	II-7
2.5 Aspek-Aspek Penilaian Bisnis .....	II-8

2.5.1 Aspek Pasar	II-8
2.5.1.1 Segmentasi Pasar .....	II-9
2.5.1.2 Pasar Sasaran .....	II-10
2.5.2 Aspek Pemasaran .....	II-10
2.5.3 Alat Uji Aspek Pasar dan Aspek Pemasaran .....	II-15
2.5.4 Aspek Keuangan .....	II-16
2.5.4.1 Arus Kas ( <i>Cash Flow</i> ) .....	II-17
2.5.4.2 <i>Payback Period (PP)</i> .....	II-19
2.5.4.3 <i>Net Present Value (NPV)</i> .....	II-20
2.5.4.4 <i>Internal Rate Of Return (IRR)</i> .....	II-21

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Tahapan Penelitian .....	III-1
3.2 Studi Pustaka .....	III-2
3.3 Studi Pendahuluan .....	III-3
3.4 Identifikasi Permasalahan .....	III-3
3.5 Perumusan Masalah .....	III-3
3.6 Tujuan Penelitian .....	III-3
3.7 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	III-3
3.7.1 Jenis Data .....	III-6
3.7.2 Metode Pengambilan Data .....	III-6
3.8 Pengolahan Data .....	III-9
3.8.1 Aspek Pasar & Aspek Pemasaran .....	III-9
3.8.2 Aspek Keuangan .....	III-11
3.9 Analisis Data .....	III-11
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....	III-12

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1 Pengumpulan Data .....	IV-1
4.1.1 Profil Perusahaan .....	IV-1
4.1.2 Pengumpulan Data Aspek Pasar .....	IV-2
4.1.3 Hasil Kuesioner .....	IV-3

4.1.4	Pengumpulan Data Demografi Responden .....	IV-3
4.1.4.1	Rekapitulasi Data Berdasarkan Jenis Kelamin ....	IV-3
4.1.4.2	Rekapitulasi Data Berdasarkan Sekolah .....	IV-4
4.1.5	Pengumpulan Data Demografi Responden .....	IV-5
4.2	Pengolahan Data .....	IV-7
4.2.1	Pengolahan Data Aspek Pasar .....	IV-7
4.2.2	Pengolahan Data Aspek Pemasaran .....	IV-9
4.2.2.1	Pengujian Validitas dan Reabilitas untuk Aspek Pemasaran .....	IV-9
4.2.2.2	Pengukuran Variabel Produk .....	IV-13
4.2.2.2.1	Bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa .....	IV-13
4.2.2.2.2	Bimbel menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman .....	IV-14
4.2.2.2.3	Bimbel menyediakan tentor professional dan berstandar nasional .....	IV-16
4.2.2.2.4	Bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan .....	IV-18
4.2.2.2.5	Bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus .....	IV-19
4.2.2.2.6	Bimbel yang akan dikembangkan Bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta .....	IV-21
4.2.2.2.7	Moto Bimbel Nurul Fikri, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” .....	IV-22
4.2.2.3	Pengukuran Variabel Harga .....	IV-24
4.2.2.3.1	Harga paket bimbel sebaiknya	



dapat dicicil .....	IV-24
4.2.2.3.2 Harga paket bimbel sebaiknya lebih	
murah jika di bayar lunas di awal .....	IV-25
4.2.2.3.3 Bimbel sebaiknya menerapkan paket	
harga satu/dua semester .....	IV-27
4.2.2.3.4 Bimbel sebaiknya memberikan	
diskon .....	IV-29
4.2.2.4 Pengukuran Variabel Lokasi .....	IV-30
4.2.2.4.1 Bimbel sebaiknya di bangun	
di daerah Panam .....	IV-30
4.2.2.4.2 Bimbel sebaiknya dekat jalur	
transportasi, daerah keramaian	
ataupun pusat pendidikan .....	IV-32
4.2.2.5 Pengukuran Variabel Promosi .....	IV-33
4.2.2.5.1 Promosi sebaiknya dilakukan dengan	
terjun langsung ke sekolah-sekolah .....	IV-33
4.2.2.5.2 Promosi sebaiknya disebar melalui	
brosur .....	IV-35
4.2.2.5.3 Promosi sebaiknya dilakukan melalui	
media cetak .....	IV-37
4.2.2.5.4 Promosi sebaiknya dilakukan	
melalui media elektronik.....	IV-38
4.2.3 Pengolahan Data Keuangan .....	IV-40
4.2.3.1 Perhitungan Perkiraan Pendapatan .....	IV-40
4.2.3.2 Perhitungan Perkiraan Biaya Operasional .....	IV-42
4.2.3.3 Biaya Depresiasi (Penyusutan) .....	IV-45
4.2.3.4 MARR .....	IV-46
4.2.3.5 Aliran Kas ( <i>Cash Flow</i> ) .....	IV-47
4.2.3.6 <i>NPV (Net Present Value)</i> .....	IV-48
4.2.3.7 <i>IRR (Internal Rate Of Return)</i> .....	IV-49

4.2.3.8 PP ( Pay Back Periode) .....	IV-50
<b>BAB V ANALISA</b>	
5.1 Analisa Data Demografi .....	V-1
5.1.1 Jenis Kelamin .....	V-1
5.1.2 Sekolah .....	V-1
5.2 Analisa Pasar .....	V-2
5.3 Analisa Pemasaran .....	V-2
5.3.1 Analisa Pengukuran Variabel Produk .....	V-3
5.3.1.1 Analisa bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa .....	V-3
5.3.1.2 Analisa bimbel menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman .....	V-3
5.3.1.3 Analisa bimbel menyediakan tentor professional dan berstandar nasional .....	V-3
5.3.1.4 Analisa bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan .....	V-4
5.3.1.5 Analisa bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus .....	V-4
5.3.1.6 Analisa bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta .....	V-4
5.3.1.7 Analisa Moto Bimbel Nurul Fikri, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” .....	V-5
5.3.2 Analisa Pengukuran Variabel Harga .....	V-6
5.3.2.1 Analisa harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil .....	V-6
5.3.2.2 Analisa harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal .....	V-6
5.3.2.3 Analisa bimbel sebaiknya menerapkan paket	

harga satu/dua semester .....	V-6
5.3.2.3 Analisa bimbel sebaiknya memberikan diskon .....	V-7
5.3.3 Analisa Pengukuran Variabel Lokasi .....	V-7
5.3.3.1 Analisa harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil .....	V-7
5.3.3.2 Analisa bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi, daerah keramaian dan .....	V-8
5.3.4 Analisa Pengukuran Variabel Promosi .....	V-8
5.3.4.1 Analisa promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah .....	V-8
5.3.4.2 Analisa promosi sebaiknya disebar melalui brosur .....	V-9
5.3.4.3 Analisa promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak .....	V-9
5.3.4.4 Analisa promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik .....	V-9
5.4 Analisa Aspek Keuangan .....	V-10
5.4.1 Analisa Net Present Value (NPV) .....	V-10
5.4.2 Analisa <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> .....	V-10
5.4.3 Analisa <i>Payback Period (PP)</i> .....	V-10
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1 Kesimpulan .....	VI-1
6.1.1 Aspek Pasar .....	VI-1
6.1.2 Aspek Pemasaran .....	VI-1
6.1.3 Aspek Keuangan .....	VI-3
6.1 Saran .....	VI-3
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Posisi Penelitian Tugas akhir .....	I-4
3.1 Populasi Responden .....	III-5
3.2 Kategori Jawaban Menurut Skala .....	III-9
4.1 Data Aspek Pasar berdasarkan Pendidikan .....	IV-2
4.2 Data Aspek Pasar Berdasarkan Tingkat Sekolah .....	IV-2
4.3 Rekapitulasi Pengumpulan Kuesioner .....	IV-3
4.4 Komposisi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	IV-3
4.5 Komposisi Responden berdasarkan Sekolah .....	IV-4
4.6 Kebutuhan Investasi .....	IV-5
4.7 Kebutuhan Investasi Lanjutan .....	IV-6
4.8 Neraca Investasi .....	IV-6
4.9 Laporan Laba Rugi.....	IV-6
4.10 Laporan Laba Rugi Lanjutan .....	IV-7
4.11 Data Reponden Aspek Pasar .....	IV-7
4.12 Hasil Out Put Uji Validitas Pemasaran .....	IV-10
4.13 Hasil Out Put <i>Reliability Statistics</i> Pemasaran Reliability Statistics .....	IV-10
4.14 Rekap Perhitungan $r_{\text{Hitung}}$ dan $r_{\text{Tabel}}$ Pemasaran .....	IV-11
4.15 Rekap Perhitungan $r_{\text{Hitung}}$ dan $r_{\text{Tabel}}$ Pemasaran Lanjutan .....	IV-12
4.16 Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa .....	IV-13
4.17 Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman .....	IV-15
4.18 Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan tentor professional dan berstandar nasional .....	IV-16
4.19 Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan	

	fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan ..	IV-18
4.20	Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus .....	IV-19
4.21	Rekap jawaban responden mengenai bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta .....	IV-21
4.22	Rekap jawaban responden mengenai moto bimbel nurul fikri, “kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” .....	IV-23
4.23	Rekap jawaban responden mengenai Harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil .....	IV-24
4.24	Rekap jawaban responden mengenai harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal .....	IV-26
4.25	Rekap jawaban responden mengenai Bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester .....	IV-27
4.26	Rekap jawaban responden mengenai bimbel sebaiknya memberikan diskon .....	IV-29
4.27	Rekap jawaban responden mengenai Bimbel sebaiknya di bangun di daerah Panam .....	IV-30
4.28	Rekap jawaban responden mengenai Bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi .....	IV-32
4.29	Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah .....	IV-34
4.30	Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya disebar melalui brosur .....	IV-35
4.31	Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak .....	IV-37
4.32	Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik .....	IV-38
4.33	Daftar Jumlah Siswa Bimbel Nurul Fikri Tahun 2005-2009 .....	IV-40
4.34	Perhitungan Peramalan Regresi Linier Jumlah Siswa Bimbel Nurul Fikri.....	IV-40

4.35	Perkiraan Jumlah Pendapatan Bimbel Nurul Fikri Tahun I-V .....	IV-42
4.36	Perkiraan Biaya Operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun I .....	IV-43
4.37	Perkiraan Biaya Operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun II .....	IV-43
4.38	Perkiraan Biaya Operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun III .....	IV-44
4.39	Perkiraan Biaya Operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun IV .....	IV-44
4.40	Perkiraan Biaya Operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun V .....	IV-45
4.41	Depresiasi selama 5 tahun .....	IV-45
4.42	Aliran Kas tahun I-III .....	IV-47
4.43	Aliran Kas tahun IV-V .....	IV-47
4.44	Aliran Kas tahun IV-V Lanjutan .....	IV-48
4.45	Perhitungan NPV tahun I-III .....	IV-48
4.46	Perhitungan NPV tahun IV-V .....	IV-49
4.47	Perhitungan IRR tahun 0-V .....	IV-50
4.48	Perhitungan <i>Pay Back Periode</i> (PP) tahun 0-V .....	IV-50

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Perguruan Tinggi Negeri masih menjadi kiblat untuk pembentukan sumber daya manusia unggul di Indonesia. Sampai saat ini Perguruan Tinggi Negeri masih dipercaya sebagai tempat untuk mengasah potensi alumni SMA agar mempunyai skill dan pengetahuan yang mampu bersaing di pasar global. Untuk dapat masuk pada salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang diinginkan, maka seorang alumni SMA harus dapat lulus dalam ujian Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) yang digelar oleh setiap Perguruan Tinggi Negeri se-Indonesia. Soal-soal yang dibahas sewaktu ujian SNMPTN sedikit berbeda dengan soal-soal yang di bahas sewaktu siswa masih mengikuti ujian SMA. Karena soal SNMPTN dibuat dengan standar Perguruan Tinggi Negeri tidak dengan standar SMA, sehingga tidak semua siswa lulusan SMA dapat lulus di Perguruan Tinggi Negeri. Oleh sebab itu, untuk mendukung siswa agar dapat masuk ke Perguruan Tinggi Negeri yang diinginkan, perlu adanya latihan dan bimbingan pembahasan soal-soal SNMPTN bagi alumni SMA. Dalam hal ini bimbingan belajar merupakan sebuah solusi untuk membantu siswa agar dapat masuk bangku Perguruan Tinggi Negeri.

CV. Salam Nurul Fikri merupakan salah satu lembaga bimbingan belajar yang mengutamakan kualitas siswanya agar dapat masuk pada salah satu Perguruan Tinggi Negeri favorit. Selain terfokus pada persiapan siswa dalam menghadapi SNMPTN, Nurul Fikri juga melayani pendidikan siswa-siswi mulai dari SD sampai SMA. Hal ini dirasa perlu untuk mengimbangi prestasi siswa di sekolah, karena dengan adanya lembaga bimbingan belajar, siswa akan mendapatkan ilmu dan wawasan yang lebih dalam penyelesaian setiap soal-soal ujian maupun latihan di sekolah dibandingkan dengan siswa yang tidak mengikuti bimbingan belajar, sehingga sangat berpengaruh terhadap prestasi siswa di sekolah.

Pada saat ini CV. Salam Nurul Fikri membawahi cabang bimbingan belajar Nurul Fikri untuk daerah Padang dan Pekanbaru. Untuk daerah Pekanbaru,

bimbingan belajar Nurul Fikri kini masih berjumlah satu cabang. Cabang bimbingan belajar Nurul Fikri tersebut terletak di jalan Jenderal Sudirman, dan telah berdiri sejak tahun 2004. Untuk mengimbangi semakin kompetitifnya persaingan bimbingan belajar di Pekanbaru saat ini, maka bimbingan belajar Nurul Fikri berniat untuk membuka cabang bimbingan belajar baru di daerah Panam. Selain semakin kompetitifnya persaingan bimbingan belajar saat ini, alasan dibukanya cabang bimbingan belajar yang baru yaitu karena adanya pihak investor yang ingin menanamkan modalnya di CV. Salam Nurul Fikri.

Selain itu, potensi untuk mendirikan cabang bimbingan belajar Nurul Fikri di daerah Panam sangat menjanjikan, karena rata-rata bimbingan belajar lebih banyak terdapat di jalan Ahmad Yani dan di jalan Jenderal Sudirman. Kemudian daripada itu, daerah Panam merupakan kawasan pendidikan di Pekanbaru, karena adanya dua buah Universitas Negeri terbesar di Riau yaitu Universitas Riau dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Sehingga sangat mendukung siswa yang bersekolah di daerah Panam untuk meningkatkan kemampuan belajarnya, serta memudahkan alumni SMA yang akan berhubungan langsung dengan pihak PTN.

Menurut Zita Meirina (2008), “bisnis bimbingan belajar memang sangat menggiurkan. Makin meluasnya peserta bimbingan belajar yang tidak lagi di monopoli oleh siswa SMP dan SMA, namun juga siswa SD. Bahkan siswa kelas 3 SD, membuat lembaga bimbingan belajar makin ekspansif, karena sudah bisa didirikan dengan sistem waralaba. Dengan sistem ini, siapapun bisa menjadi pemilik bimbingan belajar.”

Untuk mendirikan cabang bimbingan belajar Nurul Fikri yang baru, perlu adanya suatu analisis kelayakan pengembangan bimbingan belajar Nurul Fikri, guna mengetahui layak atau tidaknya pihak CV. Salam Nurul Fikri untuk membuka cabang bimbingan belajar yang baru di daerah Panam. “Bagi investor, studi kelayakan merupakan gambaran tentang usaha/proyek yang akan dikerjakan dan melalui studi kelayakan mereka akan dapat mengetahui prospek perusahaan dan kemungkinan-kemungkinan keuntungan yang diterima”, Yacob Ibrahim (2009)



## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Bagaimana Analisis Kelayakan Pengembangan Bimbingan Belajar Nurul Fikri di daerah Panam Kota Pekanbaru?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui layak atau tidaknya pengembangan bimbingan belajar Nurul Fikri di daerah Panam berdasarkan aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan.

## **1.4 BATASAN MASALAH**

Untuk lebih terarahnya penelitian yang dilakukan, maka perlu pembatasan masalah yang akan diteliti. Adapun pembatasan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Data laporan laba rugi dari tahun 2005-2009, laporan neraca tahun 2010 dan biaya pengembangan Bimbel Nurul Fikri.
2. Pada penelitian ini tidak membahas mengenai pesaing, karena alasan terbatasnya waktu, tenaga dan biaya.
3. Pada aspek pasar peneliti mengolah data dengan cara menganalisa hasil wawancara dengan 5 orang responden.
4. Pada aspek pemasaran peneliti mengambil populasi siswa kelas 3 SMP dan 3 SMA Kecamatan Tampan, karena alasan terbatasnya waktu, tenaga dan biaya.
5. Pada aspek pasar dan aspek pemasaran peneliti tidak mengambil data siswa program SNMPTN.
6. Pada aspek keuangan tidak membahas mengenai pendapatan dan pengeluaran program super intensif.

## **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi mengenai analisis aspek keuangan berdasarkan nilai *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate Ratio*

(IRR) dengan demikian pihak Nurul Fikri dapat mengetahui kelayakan dari bisnis yang akan dikembangkan.

2. Memberikan informasi kepada pembaca mengenai aspek pasar dan pemasaran bimbingan belajar di daerah Panam.
3. Memberikan informasi kepada bimbingan belajar Nurul Fikri terkait berbagai faktor kelayakan yang penting untuk diperhatikan.
4. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan penelitian selanjutnya.

## 1.6 Posisi Penelitian

**Tabel 1.1 Posisi Penelitian**

No	Aspek	Sukirman, 2008	Darmawis, 2008	Hery Kurniawan, 2010
1.	Judul	Studi kelayakan pengembangan mini market pada KUD Usahatani Mandiri Indosawit INHU.	Analisis kelayakan bisnis pengembangan CV. Mutiara Decor Pekanbaru di Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.	Analisis kelayakan pada aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan pengembangan bimbingan belajar Nurul Fikri di daerah Panam Pekanbaru
2.	Jenis Usaha	Jasa pelayanan.	Jasa pembuatan dan pemasangan gordena, penjualan sofa, <i>vertical blind</i> dan karpet.	Jasa pendidikan luar sekolah
3.	Tujuan	Mengetahui kelayakan pengembangan minimarket.	Mengetahui kelayakan pengembangan usaha yang akan dilakukan.	Mengetahui kelayakan pengembangan bimbingan belajar Nurul Fikri.
4.	Permasalahan	Adanya rencana memperluas usaha untuk meningkatkan pendapatan KUD Usahatani Mandiri.	Adanya rencana untuk mengembangkan perusahaan di Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu untuk mengantisipasi pesaing-pesaing yang ada.	Adanya rencana pengembangan bimbingan belajar Nurul Fikri di daerah Panam.
5.	Alat Analisa Data	Nilai tingkat kembalian Internal / <i>internal rate of return (IRR)</i> , <i>Net Present Value (NPV)</i> , <i>Payback Period (PP)</i> , aspek pasar dan aspek finansial	1. Menganalisis strategi pemasaran meliputi strategi produk, strategi harga, strategi lokasi/distribusi serta strategi promosi menggunakan kuesioner. 2. Menganalisis aspek finansial berdasarkan nilai <i>Payback Period (PP)</i> , <i>Net Present Value</i>	1. Menganalisis aspek pasar berdasarkan pasar potensial 2. Menganalisis aspek pemasaran meliputi produk, harga, lokasi serta promosi dengan menggunakan alat kuesioner. 2. Menganalisis aspek keuangan berdasarkan nilai <i>Payback</i>

			(NPV) dan <i>Internal Rate Of Return (IRR)</i> . 3. Analisis aspek ekonomi dan sosial masyarakat Rokan Hulu.	<i>Period (PP)</i> , <i>Net Present Value (NPV)</i> dan <i>Internal Rate Of Return (IRR)</i> .
6.	Hasil Penelitian	Memberikan usulan pengembangan minimarket.	Memberi informasi mengenai kelayakan pengembangan yang akan dilakukan perusahaan pembuatan maupun pemasangan gorden, penjualan sofa, <i>vertical blind</i> dan karpet.	Memberikan informasi mengenai kelayakan pengembangan bimbingan belajar Nurul Fikri

## 1.7 SISTEMATIKA PENULISAN

Rencana penulisan ini seluruhnya terdiri dari 6 bagian dengan pokok bahasan pada masing-masing bab adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, asumsi dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Berisikan uraian, teori dan konsep yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian dan menuntun penyelesaian permasalahan yang sedang dihadapi

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Berisikan tentang kerangka dalam menyelesaikan suatu permasalahan dan menjelaskan secara garis besar bagaimana tahap-tahap pemecahan masalah dengan menggunakan metode yang dipakai oleh penulis dalam menyelesaikan masalah tersebut.

### **BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Berisikan mengenai objek dari penelitian, pengumpulan dari data yang dibutuhkan dan pengolahan data dari data-data yang telah diperoleh dari tempat penelitian.

## **BAB V : ANALISA**

Dalam bab analisa, berisikan analisa dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan dan di paparkan sedemikian rupa mengenai hasil dari pengolahan data.

## **BAB VI: PENUTUP**

Berisikan pokok-pokok hasil penelitian serta saran-saran yang berkaitan dengan kelayakan pengembangan Bimbel Nurul Fikri.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan pada akhir-akhir ini telah banyak dikenal oleh masyarakat, terutama masyarakat yang bergerak dalam bidang dunia usaha. Berbagai macam peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan dunia usaha, telah menuntut perlu adanya penilaian sejauh mana kegiatan/kesempatan tersebut dapat memberikan manfaat (*benefit*) bila diusahakan. Kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek, merupakan studi kelayakan bisnis.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), “studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan”. Ukuran kelayakan masing-masing jenis usaha sangat berbeda, misalnya antara usaha jasa dan usaha nonjasa, seperti pendirian hotel dengan usaha pembukaan perkebunan kelapa sawit atau usaha peternakan dan usaha bimbingan belajar. Akan tetapi, aspek-aspek yang digunakan untuk menyatakan layak atau tidaknya adalah sama sekalipun bidang usahanya berbeda.

”Dengan demikian studi kelayakan yang juga sering disebut dengan *feasibility study*, merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha/proyek yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat, baik dalam arti *financial benefit* (manfaat finansial) maupun dalam arti keuntungan secara sosial. Layak suatu gagasan usaha dalam arti manfaat sosial tidak selalu menggambarkan layak dalam arti manfaat finansial saja, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan,” Yacob (2009).

Studi kelayakan bisnis juga dilakukan untuk mengidentifikasi masalah di masa yang akan datang, sehingga dapat meminimalkan kemungkinan melesetnya hasil yang ingin dicapai dalam suatu investasi. Dengan kata lain, studi kelayakan

bisnis akan memperhitungkan hal-hal yang akan menghambat peluang dari investasi yang akan dijalankan. Jadi dengan adanya studi kelayakan bisnis minimal dapat memberikan informasi atau arahan kepada usaha yang akan dijalankan nantinya.

Menurut Alex dan Umar (2004), “studi kelayakan pada hakikatnya adalah suatu metode penjajakan dari suatu gagasan usaha tentang kemungkinan layak atau tidaknya gagasan usaha tersebut dilaksanakan.” Secara umum pengertian gagasan/proyek adalah kegiatan yang melibatkan berbagai sumber daya yang terhimpun dalam suatu wadah (organisasi) tertentu dalam jangka waktu tertentu.

Kegiatan proyek dari suatu bisnis biasanya dapat dilakukan untuk berbagai bidang antara lain sebagai berikut:

1. Pembangunan fasilitas baru

Artinya merupakan kegiatan yang benar-benar baru dan belum pernah ada sebelumnya, sehingga ada penambahan usaha baru.

2. Perbaikan fasilitas yang sudah ada

Merupakan kelanjutan dari usaha yang sudah ada sebelumnya. Artinya sudah ada kegiatan sebelumnya, namun perlu dilakukan tambahan atau perbaikan yang diinginkan.

3. Penelitian dan pengembangan

Merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan untuk suatu fenomena yang muncul di masyarakat, lalu dikembangkan sedemikian rupa sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Dalam prakteknya, timbulnya suatu proyek atau usaha disebabkan oleh berbagai faktor antara lain:

1. Adanya permintaan pasar

Artinya adanya suatu kebutuhan dan keinginan dalam masyarakat yang harus disediakan. Hal ini disebabkan karena jenis produk yang tersedia belum mencukupi atau memang belum ada sekali.

2. Untuk meningkatkan kualitas produk

Bagi perusahaan tertentu proyek dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas atau mutu suatu produk. Hal ini dilakukan karena tingginya tingkat persaingan yang ada.

### 3. Kegiatan pemerintah

Artinya merupakan kehendak pemerintah dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat atau suatu produk maupun jasa, sehingga perlu disediakan berbagai produk melalui proyek-proyek tertentu.

Sedangkan pengertian dari bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktu.

Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis, baik keuntungan dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang. Bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial. Besarnya keuntungan telah ditetapkan sesuai dengan target yang diinginkan sesuai dengan batas waktunya, bidang usaha yang dapat digeluti beragam mulai dari perdagangan, industri, pariwisata, agrobisnis atau jasa-jasa lainnya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian Studi Kelayakan Bisnis (SKB) adalah:

*Suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.*

Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung dan dianalisa hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu. Penelitian yang akan dilakukan terhadap usaha yang akan atau dijalankan dengan ukuran tertentu sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya.

Menurut (Kasmir dan Jakfar: 2008) ada beberapa tujuan mengapa perlu diadakan studi kelayakan terlebih dahulu sebelum bisnis tersebut dijalankan. Tujuan-tujuan tersebut meliputi:

1. Menghindari resiko kerugian

Untuk mengatasi resiko kerugian dimasa yang akan datang, karena dimasa yang akan datang ada semacam kondisi ketidak pastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak kita inginkan, baik resiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan Perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan. Meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi usaha akan dibangun, siapa saja yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh, serta bagaimana mengawasinya, jika terjadi penyimpangan, yang jelas dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus diikuti.

4. Memudahkan pengawasan

Dengan dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksanaan pekerjaan dapat sungguh-sungguh melakukan pekerjaan karena merasa ada yang mengawasi sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat dari hal-hal yang tidak perlu.

5. Memudahkan pengendalian

Apabila dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan maka jika terjadi suatu penyimpangan maka akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat



dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan tidak melenceng dari aturan yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan akan tercapai.

## **2.2 Biaya Kebutuhan Investasi**

Investasi merupakan penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha. Sedangkan menurut Kasmir dan Jakfar (2008), yang dikutip dari (William F.S) “investasi adalah mengorbankan dolar sekarang untuk dolar dimasa yang akan datang, dari pengertian ini terkandung 2 (dua) atribut penting dalam investasi yakni adanya resiko dan tenggang waktu.

Mengorbankan uang atau dolar artinya menanamkan sejumlah dana (uang) dalam suatu usaha saat sekarang atau saat investasi dimulai, kemudian mengharapkan pengembalian investasi disertai dengan tingkat keuntungan yang diharapkan dimasa yang akan datang (dalam waktu tertentu).

Pengorbanan sekarang mengandung suatu kepastian bahwa uang yang digunakan untuk investasi sudah pasti dikeluarkan sedangkan hasil dimasa yang akan datang bersifat tidak pasti, tergantung dari kondisi masa yang akan datang.

Investasi dapat dilakukan dalam berbagai bidang usaha, oleh karena itu investasi dapat dibagi dalam beberapa jenis, dalam prakteknya investasi dapat dibagi menjadi 2 (dua), diantaranya:

### **1. Investasi nyata (*real investment*)**

Investasi nyata merupakan investasi yang dibuat dalam harta tetap (*fixed asset*) seperti tanah, bangunan, peralatan atau mesin-mesin.

### **2. Investasi finansial (*financial investment*)**

Investasi finansial atau *financial investment*, merupakan investasi dalam bentuk kontrak kerja pembelian saham atau obligasi atau surat berharga lainnya seperti sertifikat deposito.

## **2.3 Lembaga-lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan**

Adapun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut antara lain:

a. Pengusaha

Dengan adanya studi kelayakan, pengusaha akan mengetahui apakah gagasan usahanya layak untuk dilaksanakan atau tidak, bila ditinjau dari sudut perusahaan. Apabila berdasarkan studi kelayakan gagasan usahanya tidak layak untuk dilaksanakan maka pengusaha tersebut telah menyelamatkan investasinya dari kerugian besar yang mungkin timbul karena kegagalan. Sebaliknya, bila berdasarkan studi kelayakan ternyata gagasannya layak untuk dilaksanakan maka kemungkinan besar usahanya akan berhasil.

b. Kreditor

Jika uang tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya maka pihak mereka pun sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah dibuat bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mau sampai kreditnya atau pinjaman yang akan diberikan akan macet akibat usaha atau proyek tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan.

c. Investor (Penanam Modal)

Sama halnya dengan kreditor, calon investor pun mempunyai kepentingan atas studi kelayakan. Dengan mempelajari studi kelayakan tersebut mereka akan dapat mengambil keputusan, apakah akan menanamkan modalnya atau tidak dalam perusahaan. Mereka ini mempunyai kepentingan langsung tentang keuntungan yang akan diperoleh dan kestabilan dari perusahaan. Dengan kata lain, calon investor ini perlu jaminan keselamatan atas modal yang akan ditanamkannya.

d. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat bagi perekonomian secara umum. Serta memberikan manfaat kepada masyarakat luas seperti menyediakan lapangan pekerjaan.

e. Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya, akan memberikan manfaat seperti tersedianya lapangan pekerjaan, baik bagi pekerja di sekitar lokasi maupun masyarakat lainnya, terbukannya wilayah tersebut dari ketertutupan (terisolasi). Adanya bisnis tentu juga akan

menyediakan sarana dan prasarana, misalnya dengan terbukanya fasilitas umum seperti jalan, jembatan, listrik, telepon, rumah sakit, sekolah, sarana ibadah, sarana olah raga, taman dan fasilitas lainnya.

f. Manajemen

Hasil studi kelayakan bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa-apa yang sudah ditugaskan. Kinerja tersebut dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai, sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan.

## **2.4 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis**

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis, ada beberapa tahapan studi yang hendaknya dikerjakan. Tahapan-tahapan yang disajikan dibawah ini bersifat umum yaitu:

a. Penemuan Ide

Produk ataupun jasa yang dibuat haruslah berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan. Oleh karena itu, penelitian terhadap kebutuhan pasar dan jenis produk atau jasa dari proyek harus dilakukan.

b. Tahap Penelitian

Setelah didapatkan ide mengenai usaha yang akan dijalankan, selanjutnya dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan memakai metode ilmiah. Di mulai dengan mengumpulkan data , lalu analisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan alat-alat analisis yang sesuai, menyimpulkan hasil sampai pada pekerjaan membuat laporan hasil penelitian tersebut.

c. Tahap Evaluasi

Evaluasi berarti membandingkan sesuatu dengan suatu standar atau kriteria, dimana standar atau kriteria ini dapt bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Hal yang dibandingkan dalam evaluasi bisnis adalah seluruh ongkos yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit diperkirakan akan diperoleh.

d. Tahapan Pengurutan Usulan yang Layak

Jika terdapat lebih dari satu usulan rencana bisnis yang dianggap layak dan terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki manajemen untuk

merealisasikan semua rencana bisnis tersebut, maka rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi lah yang akan direalisasikan berdasarkan kriteria penilaian yang telah ditentukan.

e. Tahapan Rencana Pelaksanaan

Setelah rencana bisnis dipilih untuk direalisasikan, perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek. Mulai dari menentukan jenis pekerjaan, waktu yang dibutuhkan untuk tiap jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga pelaksana, ketersediaan dana dan sumber daya lain, dan seterusnya.

f. Tahap Pelaksanaan

Setelah semua persiapan yang harus dikerjakan selesai disiapkan, tahap berikutnya adalah merealisasikan pembangunan proyek/usaha. Jika proyek selesai dikerjakan, tahap berikutnya adalah melaksanakan operasional bisnis ini secara rutin.

## **2.5 Aspek-Aspek Penilaian Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan gambaran kegiatan usaha yang direncanakan, sesuai dengan kondisi, potensi, serta peluang yang tersedia dari berbagai aspek. Dengan demikian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan.

Secara umum prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan adalah sebagai berikut:

### **2.5.1 Aspek Pasar**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), “ pengertian pasar secara sederhana biasa diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Namun pada praktiknya pengertian pasar dapat lebih luas lagi, yaitu himpunan pembeli atas suatu produk atau jasa.”

Menurut Yacob (2009), “faktor utama yang perlu dinilai dalam aspek pasar dan pemasaran, antara lain:

- a. Jumlah permintaan produk di masa lalu dan masa kini serta kecenderungan permintaan di masa yang akan datang.
- b. Berdasarkan pada angka proyeksi (perkiraan), berapa besar kemungkinan *market space* (market potensial) yang tersedia di masa yang akan datang.

- c. Berapa besar *market share* yang direncanakan berdasarkan pada rencana produksi.
- d. Faktor-faktor apa saja yang mungkin mempengaruhi permintaan di masa yang akan datang.
- e. Strategi apa saja yang perlu dilakukan dalam meraih *market share* yang telah direncanakan.”

#### **2.5.1.1 Segmentasi Pasar**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), “segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat disuatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya.

Untuk melakukan segmentasi pasar terdiri dari beberapa variabel yang harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran. Variabel untuk menentukan segmentasi pasar terdiri dari:

1. Segmentasi berdasarkan geografik terdiri dari:
  - a. Bangsa
  - b. Propinsi
  - c. Kabupaten
  - d. Kecamatan
  - e. Iklim
2. Segmentasi berdasarkan demografik terdiri dari:
  - a. Umur
  - b. Jenis kelamin
  - c. Pendapatan
  - d. Pekerjaan
  - e. Pendidikan
  - f. Agama
  - g. Kebangsaan
3. Segmentasi berdasarkan perilaku terdiri dari:
  - a. Pengetahuan
  - b. Sikap

- c. Kegunaan
- d. Tanggapan terhadap suatu produk.

#### **2.5.1.2 Pasar Sasaran**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008) “secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen pasar atau lebih untuk di layani”. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan. Kegiatan menetapkan pasar meliputi:

1. Evaluasi segmen pasar
  - a. Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang penjualan terakhir (dalam rupiah), proyeksi laju pertumbuhan dan margin laba dari setiap segmen.
  - b. Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas.
  - c. Sasaran dan sumber daya perusahaan.
2. Memilih segmen, yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani.
  - a. Pemasaran serbasama, melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Contohnya permen yang bisa ditujukan untuk semua orang.
  - b. Pemasaran serbaaneka, merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan atau kepribadian. Contohnya beda desain untuk industri mobil.
  - c. Pemasaran terpadu, khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas

#### **2.5.2 Aspek Pemasaran**

“Tujuan utama analisis strategi pemasaran adalah untuk mengetahui dukungan apa saja yang diperlukan agar pelanggan potensial mau membeli produk yang ditawarkan”, Freddy Rangkuti (2005). Terutama dalam kondisi pesaing yang sangat ketat seperti saat ini, pelanggan banyak disuguhi dengan berbagai macam kelebihanannya. Semua informasi tersebut datang dengan sangat cepat, sehingga kondisi ini mengakibatkan para analisis strategi pemasaran perlu mengetahui motivasi dan perilaku pelanggan potensial. Mereka perlu mengetahui seberapa besar

kebutuhan dan keinginan pelanggan, selain itu perusahaan perlu mengetahui terhadap produk yang akan ditawarkan.

Menurut Kotler (2007), “pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.” Aspek ini dilakukan untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang akan diinginkan atau tidak.

Begitu pentingnya peranan pemasaran dalam menentukan kelanjutan usaha atau suatu perusahaan, sehingga banyak di antara perusahaan dalam manajemennya menempatkan posisi pemasaran paling depan. Seorang pemasar harus selalu tahu lebih dahulu pasar yang akan dimasukinya, seperti:

- a. Ada tidak pasarnya
- b. Seberapa besarnya pasar yang ada
- c. Potensi pasar

Secara khusus dalam aspek pasar dan pemasaran bahwa tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya dapat dikategorikan sebagai berikut:

- a. Untuk meningkatkan penjualan dan laba.

Tujuan perusahaan dalam hal ini adalah bagaimana caranya memperbesar omset penjualan dari waktu ke waktu, sehingga keuntungan atau laba dapat meningkat sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

- b. Untuk menguasai pasar.

Untuk perusahaan jenis ini jelas tujuannya bagaimana caranya menguasai pasar yang ada dengan cara memperbesar wilayah-wilayah potensial.

- c. Untuk memenuhi permintaan pihak-pihak tertentu.

Tujuan ini diarahkan untuk memenuhi permintaan pihak-pihak tertentu dengan jumlah yang biasanya terbatas, biasanya permintaan pemerintah atau lembaga tertentu.

Sedangkan tujuan pemasaran jasa atau produk secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan atau merangsang konsumen.
- b. Memaksimumkan kepuasan konsumen
- c. Memaksimumkan mutu hidup (kualitas, ketersediaan, harga pokok barang)
- d. Meningkatkan penjualan dan jasa
- e. Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa
- f. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan yakni strategi *marketing mix* (strategi bauran pemasaran), melalui:

#### **a. Strategi Produk**

“Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen”, Kasmir dan Jakfar (2008), sedangkan menurut Philip Kotler (1997), adalah “sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”.

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

##### **1. Penentuan Logo dan Moto**

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi perusahaan dalam melayani masyarakat. Pertimbangan pembuatan moto dan logo adalah sebagai berikut:

- a. Logo dan moto harus memiliki arti ( dalam arti positif).
- b. Logo dan moto harus menarik perhatian.
- c. Logo dan moto harus mudah diingat.

##### **2. Menciptakan Merek**

Merek merupakan hal penting bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama istilah, simbol, disain atau kombinasi semuanya. Agar merek mudah dikenal maka harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Mudah diingat.
- b. Terkesan hebat dan modern.
- c. Memiliki arti (positif).



- d. Menarik perhatian.

## **b. Strategi Harga**

Penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

### **1. Untuk bertahan hidup**

Dalam hal ini tujuan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasar, dengan catatan harga murah tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

### **2. Untuk memaksimalkan laba**

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

### **3. Mutu produk**

Tujuannya untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin. Karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga pesaing.

Terdapat beberapa metode dalam penentuan suatu harga produk antara lain:

### **1. Modifikasi harga atau diskriminasi harga, meliputi:**

#### **a. Menurut pelanggan**

Yaitu harga yang dibedakan berdasarkan konsumen utama atau nasabah biasa. Konsumen utama adalah konsumen yang loyal dan memenuhi kriteria yang ditetapkan.

#### **b. Menurut bentuk produk**

Harga ditentukan menurut bentuk produk atau kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk, misalnya untuk kartu kredit atau *master card* atau *visa card*.

#### **c. Menurut tempat**

Harga ditentukan berdasarkan lokasi atau daerah dimana produk atau jasa ditawarkan.

d. Menurut waktu

Harga ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu misalnya jam, hari, minggu atau bulanan.

2. Penempatan harga atau produk baru

Penempatan harga atau produk baru dapat dilakukan dengan cara:

- a. Penetapan harga produk setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
- b. Penetapan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

**c. Strategi Lokasi**

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Dekat dengan kawasan industri.
2. Dekat dengan lokasi perkantoran.
3. Dekat dengan lokasi pasar.
4. Dekat dengan pusat pemerintah.
5. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
6. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.
7. Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dll).

**d. Strategi Promosi**

Dalam strategi ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk jasa yang dimiliki, baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik calon konsumen yang baru.

Terdapat empat sarana promosi yang dapat digunakan, meliputi:

1. Periklanan.
2. Promosi penjualan (menjual secara langsung dengan memberikan potongan harga).

3. Publisitas.

Misalnya kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti: pameran dan bakti sosial.

4. Penjualan pribadi (secara langsung untuk meningkatkan penjualan).

Dari uraian diatas sangat jelas sekali bahwa suatu perencanaan bisnis yang baik harus memuat rencana strategi di bidang pemasaran. Dengan adanya rencana strategi di bidang pemasaran ini, kita akan mengetahui usaha-usaha apa saja yang ingin dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan penjualan, memperbesar pangsa pasar serta memperoleh keuntungan yang cukup baik. Pengambilan keputusan untuk suatu investasi tidak lepas dari pengaruh pesaing yang ada.

### 2.5.3 Alat Uji Aspek Pasar dan Aspek Pemasaran

#### 1. Uji Validitas

”Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan”, Husein Umar (2009). Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat pula dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS. Untuk menguji validitas data secara manual dapat menggunakan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots(2.1)$$

#### 2. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. ”Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama”, Husein Umar (2009). Sebagai contoh, seseorang diminta untuk mengisi kuesioner kembali dikarenakan kuesioner yang pertama hilang, maka isian kuesioner yang diisi tersebut haruslah sama atau dianggap sama.

### 3. Menentukan Skala Pengukuran

Untuk menentukan skala pengukuran dari hasil kuesioner tersebut, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah dengan menentukan skor ideal setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Berikut merupakan contoh menghitung skor ideal untuk setiap pernyataan yang diajukan kepada responden.

1. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat setuju (SS) =  $5 \times 164 = 820$
2. Jumlah skor untuk pilihan jawaban setuju (S) =  $4 \times 164 = 656$
3. Jumlah skor untuk pilihan jawaban ragu-ragu (RR) =  $3 \times 164 = 492$
4. Jumlah skor untuk pilihan jawaban tidak setuju (TS) =  $2 \times 164 = 328$

Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat tidak setuju (STS) =  $1 \times 164 = 164$ .

Berikut merupakan kriteria interpretasi skor, menurut Riduwan dan Sunarto (2010):

1. Angka 0% - 20% = Sangat lemah
2. Angka 21% - 40% = Lemah
3. Angka 41% - 60% = Cukup
4. Angka 61% - 80% = Kuat
5. Angka 81% - 100% = Sangat kuat

#### 2.5.4 Aspek Keuangan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), "investasi yang dilakukan dalam berbagai bidang bisnis (usaha), sudah barang tentu memerlukan sejumlah modal (uang), disamping keahliannya. Modal yang digunakan untuk membiayai bisnis, mulai dari biaya pra-investasi, biaya investasi dalam aktiva tetap, hingga modal kerja". Pada aspek keuangan ini, penelitian dilakukan untuk mengestimasi biaya-biaya apa saja yang akan dihitung dan seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian selanjutnya meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek atau usaha dijalankan. Sebelum melakukan penilaian terhadap kelayakan suatu usaha, maka terlebih dahulu peneliti harus menghitung arus kas yang telah diestimasi sebelumnya, guna memudahkan dalam penggunaan alat penilaian kelayakan usaha.

#### 2.5.4.1 Arus Kas (*Cash Flow*)

Setiap kegiatan maupun aktivitas yang dilakukan oleh manusia dewasa ini akan selalu mengakibatkan timbulnya sejumlah biaya untuk penyelenggaraan kegiatan tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung. Biaya langsung berasal dari kebutuhan pembayaran-pembayaran atas material, peralatan, dan fasilitas lainnya serta upah yang dibayarkan pada petugas yang melaksanakannya. Biaya tidak langsung yaitu pengeluaran-pengeluaran lainnya di luar komponen di atas atau kerugian serta dampak negatif yang mungkin diterima akibat adanya kegiatan/aktivitas dimaksud.

Akibat dari suatu kegiatan akan diperoleh suatu manfaat, mungkin dalam bentuk produk benda, jasa, ataupun kemudahan. Manfaat produk yang dihasilkan jika dijual akan menghasilkan sejumlah uang penjualan, jika disewakan akan menghasilkan sejumlah uang sewaan dan jika dimanfaatkan sendiri akan menghasilkan sejumlah penghematan biaya atau tenaga yang pada akhirnya dapat dihitung dalam satuan uang. Dengan demikian, suatu kegiatan selalu akan memunculkan sejumlah uang masuk dan uang keluar.

Menurut Giatman (2006), “data tentang uang masuk dan uang keluar dari suatu kegiatan hanya merupakan suatu catatan pembukuan, baik pada buku harian, buku besar, maupun laporan pemasukan dan pengeluaran. Selanjutnya jika data tentang uang masuk dan uang keluar tersebut dihitung untuk setiap periode waktu tertentu disebut dengan *cash-flow* (aliran kas).” Periode waktu *cash-flow* ditetapkan dalam berbagai satuan interval waktu, mulai dari satuan hari, minggu, bulan, triwulan, maupun tahun, tergantung pada tingkat agregasi data yang dibutuhkan. Jika yang dimaksud hanya uang keluar (pembiayaan) disebut *cash-out* (cost) dan sebaliknya jika yang dimaksud hanya uang masuk (penerimaan) disebut *cash-in*.

Sedangkan menurut Kasmir dan Jakfar (2008), “*cash flow* merupakan arus kas atau aliran kas yang ada diperusahaan dalam periode tertentu.” *Cash flow* menggambarkan tentang berapa uang yang masuk keperusahaan dan jenis-jenis pemasukan tersebut. *Cash flow* juga menggambarkan berapa uang yang keluar serta jenis-jenis biaya yang dikeluarkan.

Uang masuk dapat berupa pinjaman dari lembaga keuangan atau hibah dari pihak tertentu. Uang masuk juga dapat diperoleh dari penghasilan atau pendapatan yang diperoleh dari yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan seperti penjualan. Uang masuk dapat pula dari pendapatan yang lainnya yang bukan dari usaha utama.

Uang keluar merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode baik yang langsung berhubungan dengan usaha yang dijalankan maupun yang tidak ada hubungan sama sekali dengan usaha utama. Misalnya pembayaran cicilan hutang dan bunga pinjaman, biaya produksi, biaya tenaga kerja dan biaya pemasaran.

Estimasi pendapatan dan biaya merupakan perkiraan berapa pendapatan dan biaya yang akan diperoleh dan berapa besar biaya yang harus dikeluarkan dalam suatu periode. Kemudian jenis-jenis pendapatan dan biaya apa saja yang dikeluarkan serta berapa besar pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan tiap pos. Pada akhirnya *cash flow* akan terlihat kas akhir yang diterima perusahaan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), “kas adalah jumlah uang yang masuk dan keluar perusahaan mulai dari investasi dilakukan sampai dengan berakhirnya investasi tersebut”. Pentingnya kas akhir bagi investor jika dibandingkan dengan laba yang diterima perusahaan dikarenakan :

1. Kas diperlukan untuk memenuhi kebutuhan uang tunai sehari-hari.
2. Kas digunakan untuk membayar berbagai kewajiban yang jatuh tempo.
3. Kas juga digunakan untuk melakukan investasi kembali.

Oleh karena itu bagi investor kas lebih penting dari laba. Jenis-jenis *cash flow* yang dikaitkan dengan suatu usaha terdiri dari :

1. *Initial cash flow* atau kas awal yang merupakan pengeluaran-pengeluaran pada awal periode untuk investasi, misalnya biaya prainvestasi, pembelian tanah, gedung, mesin, peralatan dan modal kerja.
2. *Operasional cash flow* merupakan kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat operasi usaha seperti: penghasilan yang diterima dan pengeluaran yang dikeluarkan pada suatu periode.

3. *Terminal cash flow* merupakan uang kas yang diterima pada saat usaha tersebut berakhir.

Sedangkan rumus penyusutan sebagai berikut:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi} - \text{residu}}{\text{Umur Ekonomis}} \dots\dots\dots (2.2)$$

Terdapat dua cara yang dapat digunakan untuk menghitung aliran kas masuk, diantaranya sebagai berikut:

- a. Rumus aliran kas masuk dapat digunakan apabila investasi dilakukan dengan 100 % modal sendiri, artinya tanpa modal pinjaman, sehingga aliran kas masuk, dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Aliran Kas Masuk Bersih} = EAT + \text{Penyusutan} \dots\dots\dots (2.3)$$

Keterangan :

- *Earning Before Tax (EBT)* atau laba sebelum pajak
- *Earning After Tax (EAT)* atau laba setelah pajak

- b. Rumus aliran kas masuk jika menggunakan modal pinjaman adalah sebagai berikut:

$$\text{Kas Masuk bersih} = EAIT + \text{Penyusutan} + \text{Bunga} (1 - \text{Tax}) \dots\dots\dots (2.4)$$

Dimana :

- *Earning Before Interest and Tax (EBIT)* atau laba sebelum bunga dan pajak.
- *Earning After Interest and Tax (EAIT)* atau laba setelah bunga dan pajak.

#### 2.5.4.2 *Payback Period (PP)*

Metode *Payback Period (PP)* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu usaha atau proyek, perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

Ada 2 (dua) model perhitungan yang akan digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut:

- 1 Apabila kas bersih setiap tahun sama

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}} \times 12 \text{ Bulan} \dots\dots\dots (2.5)$$

Misalnya PT. Berjaya berinvestasi Rp.500.000.000 dan memiliki kas bersih yang sama yaitu Rp. 250.000.000/tahun, maka *PP* nya sebagai berikut:

$$PP = \frac{500.000.000}{250.000.000} \times 12 \text{ Bulan}$$

$$= 24 \text{ bulan}$$

$$= 2 \text{ tahun}$$

2 Apabila kas bersih setiap tahun berbeda maka:

Investasi	= Rp.500.000.000
Kas bersih tahun 1	= Rp.150.000.000 -
	<hr/> Rp.350.000.000
Kas bersih tahun 2	= Rp.200.000.000 -
Belum cukup	<hr/> = Rp.150.000.000
Kas bersih tahun 3	= Rp.350.000.000 -
Kelebihan	<hr/> = Rp. 130.000.000

$$PP \text{ Tahun ke 3} = \frac{150.000.000}{350.000.000} \times 12 \text{ Bulan}$$

$$= 5 \text{ bulan}$$

Maka *PP* adalah 2 tahun 5 bulan

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi *PP*, maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut:

1. *PP* sekarang lebih kecil dari umur investasi
2. Dengan membandingkan industri unit usaha sejenis
3. Sesuai dengan target perusahaan.

Kelemahan metode ini sebagai berikut:

1. Mengabaikan *time value of money* (nilai uang dari waktu)
2. Tidak mengabaikan arus kas yang terjadi setelah masa pengembalian.

#### 2.5.4.3 Net Present Value (NPV)

*Net Present Value (NPV)* atau nilai bersih sekarang menurut Kasmir dan Jakfar (2008), “merupakan perbandingan antara *Present Value (PV)* kas bersih (*PV* dari proses) dengan *PV* investasi (*capital outlays*/modal yang dikeluarkan)



selama umur investasi”. Selisih antara nilai kedua PV tersebut yang kita kenal dengan *Net Present Value (NPV)*.

Cara menghitung *NPV*, terlebih dahulu kita harus tahu berapa *PV* kas bersihnya. *PV* kas bersih dapat dicari dengan jalan membuat dan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu.

Rumus yang biasa digunakan dalam menghitung *NPV* adalah sebagai berikut:

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi} \dots\dots\dots (2.6)$$

dimana:

$r$  = Tingkat bunga pengembalian

$N$  = Tahun

Dengan ketentuan :

Jika *NPV* positif, maka investasi diterima,

Jika *NPV* negatif, sebaiknya investasi ditolak.

#### 2.5.4.4 *Internal Rate Of Return (IRR)*

*Internal Rate Of Return (IRR)* merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Adapun cara yang digunakan untuk mencari *IRR*, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P1 - P2}{C2 - C1} \dots\dots\dots (2.7)$$

Dimana:

$P1$  = Tingkat bunga 1

$P2$  = Tingkat bunga 2

$C1 = NPV 1$

$C2 = NPV 2$

Jika perhitungan dengan cara *trial and error*, maka *IRR* dapat dicari dengan cara mencari *NPV* positif dan *NPV* negatif terlebih dahulu sampai diperoleh dengan menggunakan tingkat suku bunga tertentu.

Kesimpulan:

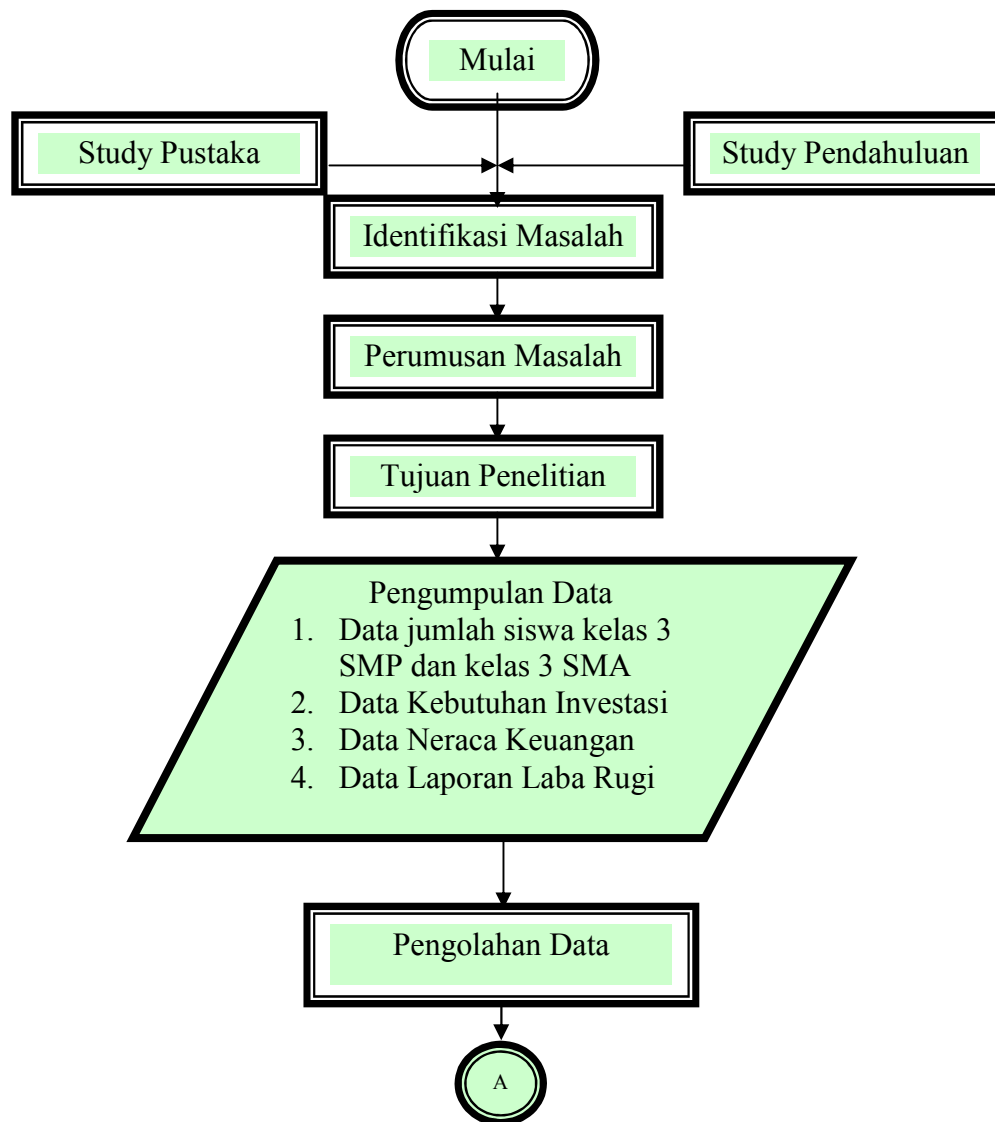
Jika *IRR* lebih besar ( $>$ ) dari bunga pinjaman maka diterima.

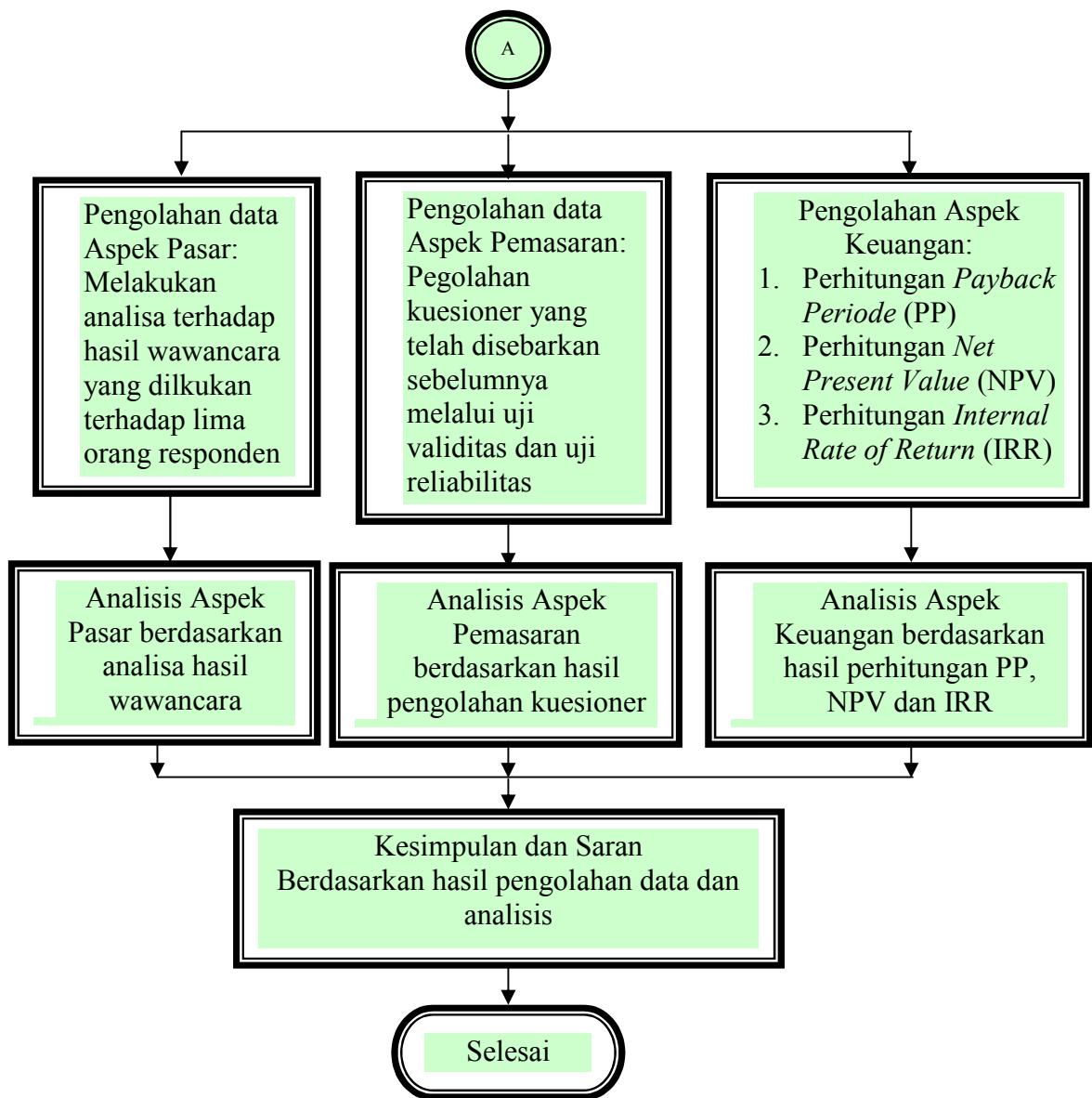
Jika *IRR* lebih kecil ( $<$ ) dari bunga pinjaman maka ditolak.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Tahapan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, maka perlu ditentukan terlebih dahulu langkah-langkah di dalam melakukan penelitian. Hal ini penting untuk dilakukan agar tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai dengan baik dan benar. Adapun langkah-langkah penelitian tersebut sebagai berikut:





Gambar 3.1 Tahapan Metodologi Penelitian

### 3.2 Studi Pustaka

Studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis/usaha, maka dari pada itu aspek pasar dan pemasaran serta aspek keuangan merupakan aspek yang tepat dalam melakukan studi kelayakan pengembangan usaha di CV. Salam Nurul Fikri Pekanbaru.

### **3.3 Studi Pendahuluan**

Studi pendahuluan dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti. Untuk dapat mengidentifikasi masalah dengan baik, maka peneliti perlu melakukan studi pada obyek yang diteliti. Dalam hal ini peneliti menggunakan sistem kuesioner (angket) untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada.

### **3.4 Identifikasi Permasalahan**

Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada dalam perusahaan. Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan pada perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan ingin mengetahui studi kelayakan pengembangan usaha bimbingan belajar Nurul Fikri di daerah Panam.

### **3.5 Perumusan Masalah**

Setelah masalah yang akan diteliti ditentukan, dan supaya masalah dapat terjawab secara akurat, maka masalah yang akan diteliti itu perlu dirumuskan secara spesifik. Dalam hal ini permasalahan yang akan dikaji yaitu Analisis Kelayakan Pengembangan Bimbingan Belajar Nurul Fikri di daerah Panam Kota Pekanbaru.

### **3.6 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dibahas, ditentukan tujuan dilakukannya penelitian ini. Dengan adanya penelitian akan memberikan gambaran yang jelas terhadap langkah-langkah dalam memecahkan permasalahan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

### **3.7 Pengumpulan Data dan Sumber Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Menurut Sugiyono (2009), "bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer* dan sumber *sekunder*. Sumber *primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada

pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Data jumlah siswa kelas 3 SMP dan kelas 3 SMA
2. Data Kebutuhan Investasi
3. Data Neraca Keuangan
4. Data Laporan Laba Rugi

#### **a. Populasi**

Menurut Sugiyono (2009), ”Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh obyek/subyek tersebut. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari jumlah siswa kelas 3 SMP dan kelas 3 SMA yaitu: 782 dan 335, sehingga total jumlahnya: 1.117.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Untuk penentuan jumlah sampel juga bisa digunakan berdasarkan pendapat Roscoe (1982) dalam buku Sugiyono (2008) memberikan pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

1. Sebaiknya ukuran sampel di antara 30 s.d 500
2. Bila sampel dipecah lagi ke dalam kategori (laki-laki/perempuan, pegawai negeri, swasta, dsb), jumlah minimum sampel harus 30.
3. Bila penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi *multivariate*) maka jumlah anggota sampel minimal (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel bisa antara 10 s.d 20 elemen.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah populasi dari jumlah siswa kelas 3 SMP dan siswa kelas 3 SMA di Kecamatan Tampan. Berikut jumlah siswa kelas 3 SMP dan kelas 3 SMA di Kecamatan Tampan.

**Tabel 3.1 Populasi Siswa**

No	Tingkat Sekolah	Jumlah Siswa
1	SMP Kelas 3	782
2	SMA Kelas 3	335

Sumber: Dinas Pendidikan Kota Pekanbaru 2010

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendapat Slovin. Yang menyatakan bahwa:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

dimana:

- n        =        ukuran sampel
- N        =        ukuran populasi
- e        =        persen kelonggaran ketidak ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 2%.

Sebagai contoh untuk menentukan ukuran sampel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Ukuran sampel untuk siswa kelas 3 SMP Kecamatan Tampan

$$N = 782$$

$$e = 10\%$$

Jadi, untuk menentukan ukuran sampelnya :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{782}{1 + 782(0,1)^2} \\
 &= 88,66
 \end{aligned}$$

2. Ukuran sampel untuk siswa kelas 3 SMA Kecamatan Tampan

$$N = 335$$

$$e = 10\%$$

Jadi, untuk menentukan ukuran sampelnya :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{335}{1 + 335(0,1)^2} \\ &= 77,01 \end{aligned}$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, sampel terdiri dari jumlah sampel siswa kelas 3 SMP dan kelas 3 SMA yaitu: 89 dan 77, sehingga total jumlahnya: 166

### **3.7.1 Jenis Data**

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah memperoleh data yang akurat. Tanpa memperhatikan hal ini, maka suatu penelitian tidak akan berjalan dengan baik. Dalam hal ini, jenis data yang dibutuhkan yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data aspek pasar dan pemasaran pemasaran, berupa dalam bentuk pengambilan data secara kuesioner.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang telah ada pada perusahaan. Adapun data sekunder dalam hal ini adalah data siswa .Nurul Fikri, laporan keuangan dari tahun 2005-2009, profil perusahaan, struktur organisasi pada perusahaan.

### **3.7.2 Metode Pengambilan Data**

#### **1. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti

tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden besar dan tersebar di wilayah yang luas. Berikut variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian:

No	Variabel	Indikator
1	Produk	Bagaimana pendapatmu, apakah bimbel sebaiknya menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa?
		Bagaimana pendapatmu, apakah bimbel sebaiknya menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman guna meningkatkan semangat belajar?
		Bagaimana pendapatmu, apakah bimbel sebaiknya menyediakan tutor profesional dan berstandar nasional guna mendukung prestasi belajar kamu?
		Bagaimana pendapatmu, apakah bimbel sebaiknya menyediakan Try Out berkala untuk mengukur dan melatih kemampuanmu?
		Bagaimana pendapatmu, apakah bimbel sebaiknya memberikan modul, suplemen, outline dan kumpulan rumus guna memudahkan aktivitas belajar kamu?
		Bagaimana pendapatmu, jika bimbel yang akan dikembangkan bernama Bimbel Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta?
		Bagaimana pendapatmu, jika Bimbel Nurul Fikri lebih islami yakni sesuai dengan motonya “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang”?



No	Variabel	Indikator
2	Harga	Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya menetapkan harga paket yang dapat dicicil?
		Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya memberikan harga yang lebih murah jika dibayar lunas lebih awal?
		Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester?
		Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya memberikan harga diskon bagi siswa yang mendapat rangking di sekolah?
3	Lokasi	Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya dibangun di daerah panam?
		Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya di bangun dekat jalur transportasi, daerah keramaian, ataupun pusat pendidikan?
4	Promosi	Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya melakukan promosi dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah?
		Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya melakukan promosi dengan menyebar brosur?
		Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya melakukan promosi melalui media cetak?
		Bagaimana pendapatmu, apakah Bimbel Nurul Fikri sebaiknya melakukan promosi melalui media elektronik?

## 2. Skala Pengukuran Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Kategori yang digunakan oleh skala *likert* berupa analisis tingkat kepentingan dan kinerja dengan lima kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Kategori Jawaban Menurut Skala**

Kategori	Skala
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2009).

## 3.8 Pengolahan Data

Adapun langkah yang dilakukan dalam proses pengolahan data untuk melakukan Analisis Kelayakan Pengembangan Bimbingan Belajar Nurul Fikri di daerah Panam Kota Pekanbaru meliputi beberapa aspek diantaranya:

### 3.8.1 Aspek Pasar & Aspek Pemasaran

Pada aspek pasar pengolahan data yang dilakukan yaitu dengan cara menganalisa hasil wawancara terhadap 5 orang responden. Setelah dilakukan analisa, baru dapat diketahui prospek pasar Bimbel Nurul Fikri di Panam. Sedangkan untuk aspek pemasaran, langkah-langkah yang dilakukan yaitu: pengambilan sampel,

pengolahan dan analisis data kuesioner beserta data sekunder, uji validitas dan reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

”Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan”, Husein Umar (2009). Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat pula dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS. Untuk menguji validitas data secara manual dapat menggunakan rumus (2.1):

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

### 2. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. ”Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama”, Husein Umar (2009). Sebagai contoh, seseorang diminta untuk mengisi kuesioner kembali dikarenakan kuesioner yang pertama hilang, maka isian kuesioner yang diisi tersebut haruslah sama atau dianggap sama.

### 3. Menentukan Skala Pengukuran

Untuk menentukan skala pengukuran dari hasil kuesioner tersebut, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah dengan menentukan skor ideal setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Berikut merupakan contoh menghitung skor ideal untuk setiap pernyataan yang diajukan kepada responden.

- |   |                 |
|---|-----------------|
| 1. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat setuju (SS) | = 5 x 164 = 820 |
| 2. Jumlah skor untuk pilihan jawaban setuju (S)         | = 4 x 164 = 656 |
| 3. Jumlah skor untuk pilihan jawaban ragu-ragu (RR)     | = 3 x 164 = 492 |
| 4. Jumlah skor untuk pilihan jawaban tidak setuju (TS)  | = 2 x 164 = 328 |

5. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat tidak setuju (STS) =  $1 \times 164 = 164$

Berikut merupakan kriteria interpretasi skor Berikut merupakan kriteria interpretasi skor, menurut Riduwan dan Sunarto (2010):

1. Angka 0% - 20% = Sangat lemah
2. Angka 21% - 40% = Lemah
3. Angka 41% - 60% = Cukup
4. Angka 61% - 80% = Kuat
5. Angka 81% - 100% = Sangat kuat

### **3.8.2 Aspek Keuangan**

Pada aspek keuangan, tahapan yang dilakukan yaitu berhubungan dengan aliran masuk dan keluar dari seluruh pendapatan (proyeksi rugi laba), dan biaya lainnya, yang akhirnya merupakan pokok pengambilan keputusan layak atau tidaknya pengembangan usaha ini. Beberapa perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kebutuhan Investasi
2. Perkiraan Perhitungan Pendapatan
3. Perhitungan *Cash Flow*
4. Kas Bersih
5. *Cash Flow* Total
6. Perhitungan *Payback Period (PP)*
7. *Internal Rate Of Return (IRR)*

### **3.9 Analisis Data**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, maka selanjutnya kita dapat menganalisa lebih mendalam hasil dari pengolahan data tersebut untuk menentukan apakah usulan pengembangan perusahaan dapat diterima atau tidak. Adapun kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Analisis aspek pasar dan pemasaran, dilakukan pada sumber data primer. Pengolahan aspek pasar akan diperoleh pasar potensial efektif dan permintaan efektif.
2. Analisis aspek keuangan meliputi:
  - a. Jika  $PP$  sekarang lebih kecil dari umur investasi maka proyek diterima.
  - b. Jika  $NPV$  bernilai positif, maka investasi diterima  
Jika  $NPV$  bernilai negatif, sebaiknya investasi ditolak.
  - c. Jika IRR lebih besar ( $>$ ) dari bunga pinjaman maka diterima  
Jika IRR lebih kecil ( $<$ ) dari bunga pinjaman maka ditolak.

### **3.10 Kesimpulan dan Saran**

Hasil dari pengolahan dan analisis data dapat ditarik suatu kesimpulan yang merupakan tujuan dari penelitian, yang mana tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui apakah pengembangan bimbingan belajar Nurul Fikri layak atau tidak untuk dilakukan di daerah Panam yang ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran dan aspek keuangan.

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

##### **4.1.1 Profil Perusahaan**

Awal terbentuknya Bimbingan Belajar Nurul Fikri Pekanbaru terinspirasi oleh Bapak Amor Fatille yang merupakan pemilik Bimbingan Belajar Nurul Fikri daerah Padang yang ingin mengembangkan usaha bimbingan belajarnya di daerah Pekanbaru. Pada saat itu, Bapak Amor melihat prospek yang cerah terhadap pangsa pasar bimbingan belajar di daerah Pekanbaru dengan melakukan survey terhadap jumlah bimbingan belajar nasional yang ada di Pekanbaru terhadap jumlah sekolah yang ada di Pekanbaru.

Setelah dilakukan survey, diperoleh kesimpulan bahwa bimbingan belajar yang ada di Pekanbaru belum dapat menampung 50% jumlah siswa sekolah yang ada di Pekanbaru. Sehingga, dengan demikian masih banyak peluang untuk mendapatkan pangsa pasar bimbingan belajar di Pekanbaru. Sebagaimana yang diketahui pada saat itu bimbingan belajar skala nasional yang ada di Pekanbaru hanya berjumlah empat buah bimbingan belajar.

Dengan melihat hasil survey tersebut, maka berdirilah Bimbingan Belajar Nurul Fikri Pekanbaru pada tahun 2004 yang terletak di Jalan Harapan Raya untuk pertama kalinya. Dengan perkembangan usaha yang cukup pesat, Bimbingan Belajar Nurul Fikri akhirnya berpindah alamat ke jalan Jenderal Sudirman untuk mempermudah akses siswa untuk menjangkau Bimbingan Belajar Nurul Fikri dari berbagai tempat di kota Pekanbaru.

Dengan tenaga pengajar yang berpengalaman, hal ini dapat dilihat dari jumlah tenaga pengajar yang ada rata-rata berasal dari SMA N PLUS Pekanbaru yang bekerjasama dengan pihak Bimbingan Belajar Nurul Fikri untuk menjamin mutu pendidikan, serta tenaga pengajar lain yang ahli di bidangnya. Untuk itu, tenaga pengajar yang ada di Nurul Fikri di latih terlebih dahulu di Bimbingan Belajar Nurul Fikri Pusat (Jakarta) guna menjamin mutu pendidikan tersebut.

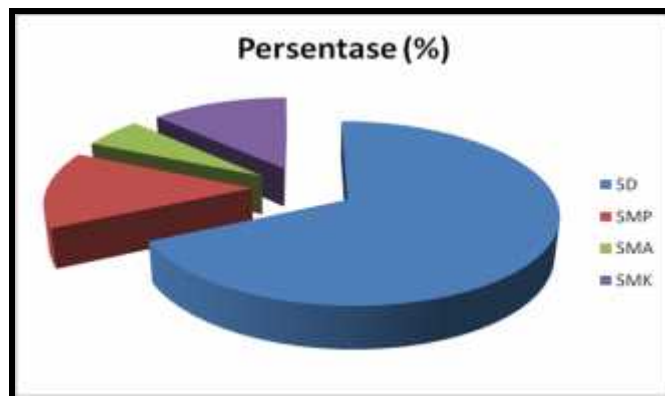
#### 4.1.2 Pengumpulan Data Aspek Pasar

Untuk data aspek pasar item pilihan yang diberikan yaitu SD, SMP, SMA dan SMK, data responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel dan gambar dibawah ini :

**Tabel 4.1 Data Aspek Pasar berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah Siswa	Persentase (%)
1	SD	13513	67.9
2	SMP	2767	13.9
3	SMA	1102	5.54
4	SMK	2520	12.7
<b>Jumlah</b>		<b>19902</b>	<b>100</b>

Sumber: Dinas Pendidikan Kota Pekanbaru 2011



**Gambar 4.1 Persentase Data Responden berdasarkan Pendidikan**

Sedangkan untuk pengambilan data dari responden menggunakan data dari aspek pasar berdasarkan tingkat sekolah, yaitu SMP kelas 3 dan SMA kelas 3, seperti tabel di bawah ini.

**Tabel 4.2 Data Aspek Pasar Berdasarkan Tingkat Sekolah**

No	Tingkat Sekolah	Siswa Laki-Laki	Siswa Perempuan	Jumlah Siswa
1	SMP Kelas 3	368	414	782
2	SMA Kelas 3	147	188	335
<b>Jumlah</b>		<b>515</b>	<b>602</b>	<b>1117</b>

Sumber: Dinas Pendidikan Kota Pekanbaru 2011

#### 4.1.3 Hasil Kuesioner

Dari hasil kuesioner yang disebar kepada responden yaitu siswa kelas 3 SMP dan siswa kelas 3 SMA Kecamatan Tampan. Dari kuesioner yang disebar sebanyak 175 responden, setelah dilakukan pemeriksaan jumlah kuesioner yang kembali dan baik adalah sebanyak 164 eksemplar. Adapun rekapitulasi pengumpulan kuesioner adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Rekapitulasi Pengumpulan Kuesioner**

No	Kuesioner	Keterangan (Eksemplar)
1	Yang disebar	175
2	Yang rusak/tidak dikembalikan	11
3	<b>Yang sah</b>	<b>164</b>

Sumber : Data Olahan (2011)

#### 4.1.4 Pengumpulan Data Demografi Responden

Data demografi diperoleh dengan tujuan untuk memberikan informasi bahwa kuesioner telah disebar pada responden, khususnya tersebar kepada seluruh responden sesuai dengan kriteria pertanyaan kuesioner yang disebar. Berikut rekapitulasi data demografi dengan menggunakan metode analisis deskriptif yaitu tabel frekuensi dan *pie* diagram.

##### 4.1.4.1 Rekapitulasi Data berdasarkan Jenis Kelamin

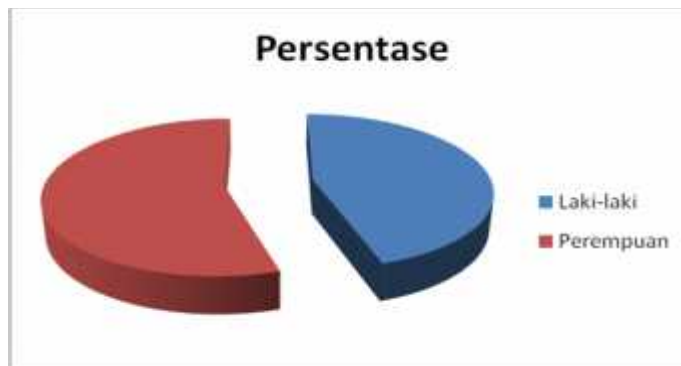
Untuk data berdasarkan jenis kelamin item pilihan yang diberikan adalah laki-laki dan perempuan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui berapa banyak responden laki-laki atau perempuan yang mengisi kuesioner yang disebar. Adapun hasil *outputnya* sebagai berikut :

**Tabel 4.4 Komposisi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	74	45%
2	Perempuan	90	55%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data olahan kuesioner (2011)





Gambar 4.2 Persentase Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

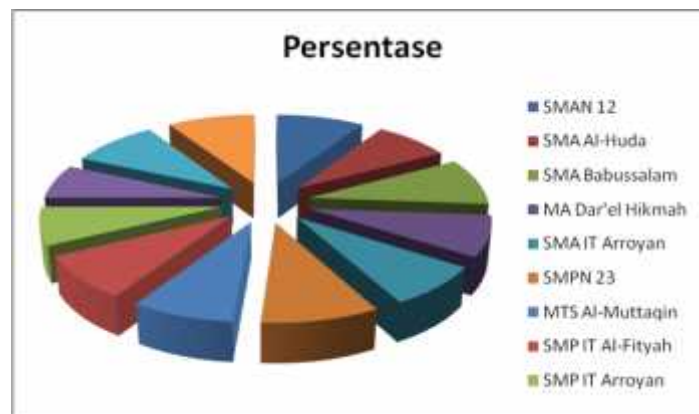
#### 4.1.4.2 Rekapitulasi Data berdasarkan Sekolah

Pada data demografi berdasarkan status item pilihan yang diberikan yaitu nama sekolah. Dari pengolahan yang dilakukan maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut :

Tabel 4.5 Komposisi Responden berdasarkan Sekolah

No	Nama Sekolah	Frekuensi	Persentase
1	SMAN 12	15	9%
2	SMA Al-Huda	13	8%
3	SMA Babussalam	15	9%
4	MA Dar'el Hikmah	13	8%
5	SMA IT Arroyan	13	8%
6	SMPN 23	15	9%
7	MTS Al-Muttaqin	13	8%
8	SMP IT Al-Fityah	14	9%
9	SMP IT Arroyan	12	7%
10	MTS Al-Huda	11	7%
11	MTS Dar'el Hikmah	15	9%
12	SMP Babussalam	15	9%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data olahan kuesioner (2011)



Gambar 4.3 Persentase Data Responden berdasarkan Sekolah

#### 4.1.5 Pengumpulan Data Aspek Keuangan

Data Aspek Keuangan berisikan mengenai kebutuhan investasi yang dibutuhkan seperti biaya sewa gedung, biaya outlet ke pusat, biaya operasional pembangunan ruang belajar dan lain-lain. Seperti yang terlihat tabel di bawah ini:

Tabel 4.6 Kebutuhan Investasi

NO		Keterangan	URAIAN (unit/tahun)	Jumlah
1		Sewa Gedung 4 th	50.000.000	200.000.000
2		Bayar Outlet ke Pusat (3 tahun)	10 juta / tahun	30.000.000
3		Mobiler		
	a	Kursi belajar	100 kursi x 200.000	20.000.000
	b	Meja Guru	4 ruang x 400.000,-	1.600.000
	c	AC 2 PK	4 ruang x 4.000.000,-	16.000.000
	d	AC 1 PK	2 ruang x 3.000.000,-	6.000.000
	e	Meja Kantor 1/2 Biro	4 x 500.000,-	2.000.000
	f	Kursi Kantor	15 x 250.000,-	3.750.000
	g	Meja FO	1 x 4.000.000,-	4.000.000
	h	Kursi Pelanggan	7 x 200.000,-	1.400.000
	i	AC Ruang FO 2 PK	1 x 4.000.000,-	4.000.000
	j	Perlengkapan Mushola		1.000.000
	k	Perlengkapan ATK & RT		2.000.000
	l	Komputer	3 unit x 4.000.000,-	12.000.000
	m	Rak TF dan Paket belajar		2.000.000
	n	Kipas Angin		

Sumber: Bimbingan Belajar Nurul Fikri (2011)

**Tabel 4.7 Kebutuhan Investasi Lanjutan**

NO		Keterangan	URAIAN (unit/tahun)	Jumlah
	p	Instalasi Listrik + Upah + Lampu		10.000.000
	q	Papan Tulis	4 ruang x 200.000,-	800.000
4		Pembuatan pembatas ruangan dan upah		15.000.000
		<b>Sub Total</b>		<b>346.550.000</b>
5		Modal Kerja 3 Bln (Gaji Pegawai)		
		Staff	1.500.000,- x 3 x 3 orang	13.500.000
		<b>Sub Total</b>		13.500.000
6		Kas Cadangan 3 bulan	3 x 5.000.000,-	15.000.000
7		Software IT		7.500.000
		<b>Total Biaya</b>		<b>367.550.000</b>

Sumber: Bimbingan Belajar Nurul Fikri (2011)

**Tabel 4.8 Neraca Investasi**

ASET	
Kas	Rp 53.500.000
Sewa dibayar dimuka	Rp 200.000.000
Hak Out Let	Rp 30.000.000
Perlengkapan	Rp 3.000.000
Inventaris	Rp 73.550.000
Software IT	Rp 7.500.000
<b>Total Aset</b>	<b>Rp 367.550.000</b>

Sumber: Bimbingan Belajar Nurul Fikri (2011)

**Tabel 4.9 Laporan Laba Rugi**

No	Keterangan	Tahun 2005 (Rp)	Tahun 2006 (Rp)	Tahun 2007 (Rp)	Tahun 2008 (Rp)	Tahun 2009 (Rp)
<b>1</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>207.700.000</b>	<b>264.000.000</b>	<b>338.400.000</b>	<b>372.400.000</b>	<b>454.000.000</b>
<b>2</b>	<b>Beban Operasional</b>					
	Beban Modul Reguler	14.740.000	19.200.000	24.440.000	27.440.000	34.050.000
	Beban Royalti	20.770.000	26.400.000	33.840.000	37.240.000	45.400.000
	Beban Pemasaran	8.308.000	10.560.000	13.536.000	14.896.000	18.160.000
	Beban Sewa	38.000.000	38.000.000	38.000.000	40.000.000	40.000.000
	Gaji Karyawan	31.200.000	32.400.000	50.400.000	52.200.000	54.000.000
	Honor Guru Reguler	31.500.000	37.800.000	50.400.000	50.400.000	68.040.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	10.385.000	13.200.000	16.920.000	18.620.000	22.700.000
	Beban Transportasi dan Asuransi	2.077.000	2.640.000	3.384.000	3.724.000	4.540.000

Sumber: Bimbingan Belajar Nurul Fikri (2011)

**Tabel 4.10 Laporan Laba Rugi Lanjutan**

	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	2.077.000	2.640.000	3.384.000	3.724.000	4.540.000
	Beban Raker Guru	3.680.000	5.450.000	6.025.000	6.755.000	8.350.000
	THR Guru dan Karyawan	6.250.000	8.950.000	9.200.000	9.650.000	10.950.000
<b>3</b>	<b>Jumlah Beban</b>	168.987.000	197.240.000	249.529.000	264.649.000	310.730.000
<b>4</b>	<b>Lab a Sebelum Pajak /Zakat</b>	38.713.000	66.760.000	88.871.000	107.751.000	143.270.000
<b>5</b>	<b>Zakat 2,5%</b>	967.825	1.669.000	2.221.775	2.693.775	3.581.750
<b>7</b>	<b>Lab a Setelah Pajak</b>	37.745.175	65.091.000	86.849.225	105.057.225	139.688250

Sumber: Bimbingan Belajar Nurul Fikri (2011)

## 4.2 Pengolahan Data

### 4.2.1 Pengolahan Data Aspek Pasar

Pengolahan data pada aspek pasar dilakukan dengan menganalisa pasar yang ada di daerah Panam, yaitu dengan melakukan wawancara terhadap 5 orang responden, yang terdiri dari:

**Tabel 4.11 Data Responden**

No	Nama	Pekerjaan
1	Elita Yusuf	Ibu Rumah Tangga
2	Dian Nursih	Ibu Rumah Tangga
3	Syafrizal	Pegawai Swasta
4	M. Taufik	Guru SMA Al-Huda
5	Yeni Maryati	Guru SMP Al-Huda

Sumber: Data Olahan (2011)

Berdasarkan pertanyaan yang diajukan kepada 5 responden mengenai kesesuaian Bimbel Nurul Fikri yang mengintegrasikan keilmuan dan ketakwaan kepada Allah SWT jika di bangun di Panam, maka secara keseluruhan para responden menjawab sesuai. Menurut mereka, dengan hadirnya Bimbel Nurul Fikri di Panam yang mengintegrasikan keilmuan dan ketakwaan kepada Allah SWT sangat mendukung sekali terhadap sekolah-sekolah yang ada di Panam, yang nota bene banyak diisi oleh sekolah islam seperti Pesantren Dar'el Hikmah, Pesantren Babussalam dan lain-lain. Selain itu, tidak menyampingkan sekolah umum lain yang

ada juga di Panam. Dengan hadirnya Bimbel Nurul Fikri tidak hanya meningkatkan kualitas belajar siswa, tetapi juga dapat meningkatkan keimanan kepada Allah SWT.

Dengan adanya dukungan dari pasar terhadap pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam, maka hal ini sejalan dengan prinsip Bimbel Nurul Fikri yaitu:

1. Prinsip fikrah islamiyah. Bahwa setiap guru memiliki kewajiban dalam menanamkan nilai-nilai islam kepada siswanya.
2. Prinsip mengamalkan ilmu yang bermanfaat. Bahwa mengamalkan ilmu dan senantiasa meningkatkan kemampuannya merupakan ibadah bagi umat islam.
3. Prinsip mencari nafkah yang halal. Disamping kita beramal sekaligus mencari penghidupan yang lebih baik dan halal bagi guru Nurul Fikri.

Berdasarkan pertanyaan yang diajukan kepada 5 responden mengenai kesesuaian Bimbel Nurul Fikri dikembangkan di Panam, dengan program Kota Pekanbaru yang menjadikan daerah Panam menjadi kawasan pusat pendidikan, maka dalam hal ini secara keseluruhan para responden menjawab sesuai. Hal ini dikarenakan daerah Panam pada saat ini dijadikan kawasan pusat pendidikan dan kawasan pengembangan Kota Pekanbaru. Jadi, selain semakin bertambahnya jumlah penduduk di Panam, juga akan berpengaruh terhadap semakin meningkatnya kebutuhan akan sarana pendidikan, yaitu sekolah. Serta akan berdampak juga terhadap kebutuhan Bimbel Nurul Fikri bagi siswa.

Selain ditunjang dengan letak yang strategis, daerah Panam merupakan jalur lintas Sumatera Sumbar-Riau. Sehingga selain mendapatkan pasar potensial dari daerah Panam sendiri, bimbel Nurul Fikri secara tidak langsung juga dapat meraih pasar dari daerah-daerah di luar pekanbaru, yaitu dengan adanya pasar potensial dari program ujian masuk PTN. Biasanya setiap tahun, siswa dari pekanbaru dan dari daerah di luar pekanbaru akan mencoba untuk masuk perguruan tinggi. Sebelumnya masuk ke perguruan tinggi yang diinginkan biasanya para siswa mendaftar ke bimbel guna mengikuti program persiapan ujian masuk PTN. Sehingga dengan adanya dukungan dari letak yang strategis ini, diharapkan akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pasar potensial Bimbel Nurul Fikri setiap tahunnya.

## 4.2.2 Pengolahan Data Pemasaran

### 4.2.2.1 Pengujian Validitas dan Reabilitas untuk Aspek Pemasaran

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan dua cara, manual dan dengan menggunakan program SPSS.12. Berikut ini merupakan pengujian data validitas secara manual.

$$\begin{aligned}\text{Diketahui} \quad \sum X &= 620 \\ \sum Y &= 9759 \\ \sum XY &= 38039 \\ \sum X^2 &= 2516 \\ \sum Y^2 &= 603185 \\ N &= 164\end{aligned}$$

Sesuai dengan rumus (2.1):

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

X = skor pertanyaan

Y = Skor total

$$= \frac{164(38039) - (620 \times 9759)}{\sqrt{[164 \times 2516 - (620)^2][164 \times 603185 - (9759)^2]}}$$

$$= \frac{(623896) - (6050580)}{\sqrt{[412624 - 384400][98922340 - 95238081]}}$$

$$= \frac{(187816)}{\sqrt{(28224)(3684259)}}$$

$$= \frac{187816}{322466,3176}$$

$$= 0,58$$

Apabila analisis yang dilakukan telah valid, maka data tersebut juga reliabel. Untuk mengetahui apakah data-data tersebut sudah valid dan reliabel atau belum, maka berikut perhitungannya menggunakan *software SPSS.12*

Kriteria validitas adalah:

- Jika  $r_{hitung} > r_{table}$ , maka data valid
- Jika  $r_{hitung} < r_{table}$ , maka data tidak valid

Berikut ini merupakan hasil pengolahannya

**Tabel 4.12 Hasil Out Put Uji Validitas Pemasaran**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	164	100.0
	Excluded (a)	0	.0
	Total	164	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Data olahan *software SPSS 12* (2011)

**Tabel 4.13 Hasil Out Put Reliability Statistics Pemasaran**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.788
		N of Items	9(a)
	Part 2	Value	.774
		N of Items	8(b)
Total N of Items			17
Correlation Between Forms			.772
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.871
	Unequal Length		.872
Guttman Split-Half Coefficient			.869

a The items are: No.1, No.2, No.3, No.4, No.5, No.6, No.7, No.8, No.9.

b The items are: No.9, No.10, No.11, No.12, No.13, No.14, No.15, No.16, No.17.

Sumber : Data Olahan *Software SPSS 12* (2011)

Pada perhitungan nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan  $\alpha = 0.05$ ;  $n = 164$  tidak terdapat nilai  $r_{\text{tabel}}$  dalam product moment. Oleh sebab itu, untuk mendapatkan nilai  $r_{\text{tabel}}$  dilakukan dengan cara interpolasi. Interpolasi dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  164 yaitu:

Diketahui:

$$X = 164 \qquad Y_1 = 0,159$$

$$X_1 = 150 \qquad Y_2 = 0,148$$

$$X_2 = 170$$

Langkah 1:

$$\frac{x - x_1}{x_2 - x_1} = \frac{y - y_1}{y_2 - y_1} \dots\dots\dots (4.1)$$

Langkah 2:

$$\frac{164 - 150}{170 - 150} = \frac{y - 0,159}{0,148 - 0,159}$$

Langkah 3:

$$\frac{14}{20} = \frac{y - 0,159}{-0,011}$$

Langkah 4:

$$-0,0077 = Y - 0,159$$

Langkah 5:

$$Y = 0,1513$$

**Tabel 4.14 Rekap Perhitungan  $r_{\text{Hitung}}$  dan  $r_{\text{Tabel}}$  Pemasaran**

Pernyataan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$ $\alpha = 0.05$ ; $n = 164$	Keputusan
soal1	0.520	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal2	0.742	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal3	0.521	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal4	0.338	$> 0,1513$	<b>Valid</b>

Sumber : Data Olahan *Software SPSS 12* (2011)



**Tabel 4.15 Rekap Perhitungan  $r_{\text{Hitung}}$  dan  $r_{\text{Tabel}}$  Pemasaran Lanjutan**

Pernyataan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$ $\alpha = 0.05; n = 164$	Keputusan
soal5	0.635	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal6	0.305	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal7	0.480	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal8	0.523	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal9	0.479	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal10	0.521	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal11	0.632	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal12	0.481	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal13	0.353	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal14	0.618	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal15	0.468	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal16	0.489	$> 0,1513$	<b>Valid</b>
soal17	0.548	$> 0,1513$	<b>Valid</b>

Sumber : Data Olahan *Software SPSS 12* (2011)

Dari hasil pengolahan data menggunakan *Software SPSS 12*, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan yang ada diatas telah valid secara keseluruhan. Sedangkan untuk melakukan uji reliabelitas pada pernyataan-pernyataan diatas yaitu dengan melihat nilai korelasi *Gutman Split-Half coeficiont* yang terdapat pada Tabel 4.32 yaitu 0.869 korelasi berada pada kategori sangat kuat, bila dibandingkan dengan  $r_{\text{tabel}}$  0.1513. Maka dapat disimpulkan bahwa  $r_{\text{hitung}}$  (0,869) lebih besar dari pada  $r_{\text{tabel}}$  (0,1513) dengan demikian kuesioner yang disebarkan sudah reliabel.

Untuk menentukan skala pengukuran dari hasil kuesioner tersebut, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah dengan menentukan skor ideal setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Berikut merupakan contoh menghitung skor ideal untuk setiap pernyataan yang diajukan kepada responden.

1. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat setuju (SS)  $= 5 \times 164 = 820$
2. Jumlah skor untuk pilihan jawaban setuju (S)  $= 4 \times 164 = 656$
3. Jumlah skor untuk pilihan jawaban ragu-ragu (RR)  $= 3 \times 164 = 492$
4. Jumlah skor untuk pilihan jawaban tidak setuju (TS)  $= 2 \times 164 = 328$

5. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat tidak setuju (STS) =  $1 \times 164 = 164$

Berikut merupakan kriteria interpretasi skor

1. Angka 0% - 20% = Sangat lemah
2. Angka 21% - 40% = Lemah
3. Angka 41% - 60% = Cukup
4. Angka 61% - 80% = Kuat
5. Angka 81% - 100% = Sangat kuat

#### 4.2.2.2 Pengukuran Variabel Produk

##### 4.2.2.2.1 Bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa

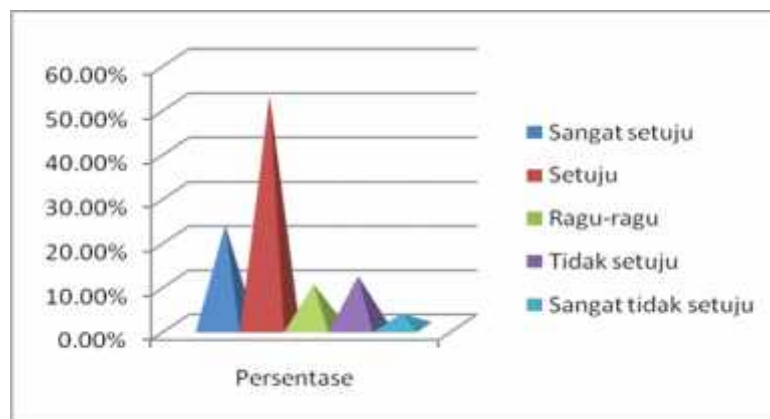
Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.16 Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	38	190	23.17%
2	Setuju	86	344	52.44%
3	Ragu-ragu	16	48	9.76%
4	Tidak setuju	19	38	11.59%
5	Sangat tidak setuju	5	5	3%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>625</b>	<b>100%</b>

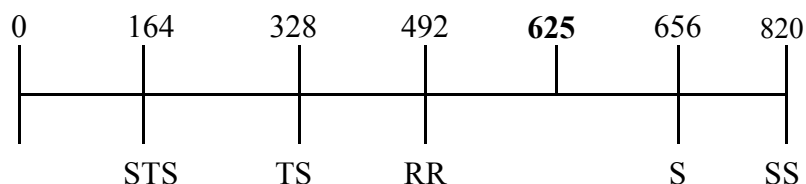
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 23.17%, responden yang menjawab setuju sebanyak 52.44%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 9.76%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 11.59% dan 3%.

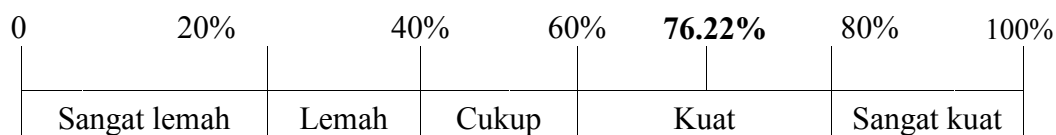


**Gambar 4.4 Persentase jawaban bimbek menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa**

Berdasarkan data pada tabel 4.14, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbek menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 625. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbek menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa yaitu:  $625/820 \times 100\% = 76.22\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### **4.2.2.2.2 Bimbek menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman**

Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbek menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu

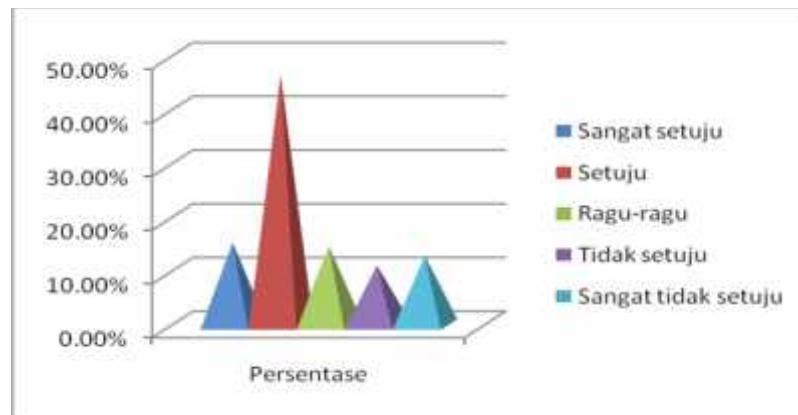
dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.17 Rekap jawaban responden mengenai bimbil menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	25	125	15.24%
2	Setuju	76	304	46.34%
3	Ragu-ragu	24	72	14.63%
4	Tidak setuju	18	36	10.98%
5	Sangat tidak setuju	21	21	13%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>558</b>	<b>100%</b>

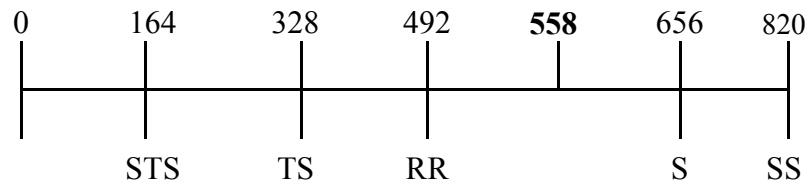
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase bimbil menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 15.24%, responden yang menjawab setuju sebanyak 46.34%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 14.63%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 10.98% dan 13%.

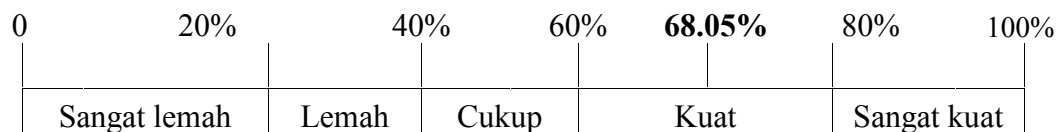


**Gambar 4.5 Persentase jawaban bimbil menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman**

Berdasarkan data pada tabel 4.15, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbil menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 558. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbil menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman yaitu:  $558/820 \times 100\% = 68.05\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.2.3 Bimbil menyediakan tentor professional dan berstandar nasional

Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbil menyediakan tentor professional dan berstandar nasional menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

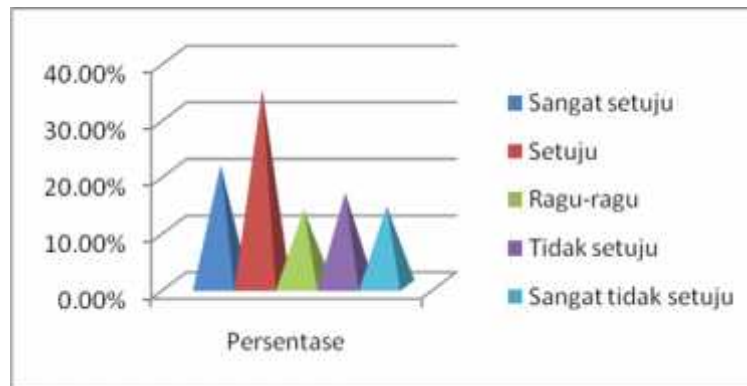
**Tabel 4.18 Rekap jawaban responden mengenai bimbil menyediakan tentor professional dan berstandar nasional**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	35	175	21.34%
2	Setuju	57	228	34.76%
3	Ragu-ragu	22	66	13.41%
4	Tidak setuju	27	54	16.46%
5	Sangat tidak setuju	23	23	14%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>546</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

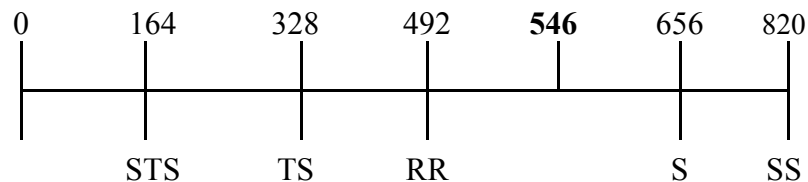
Berdasarkan persentase bimbil menyediakan tentor professional dan berstandar nasional dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 21.34%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34.76%, responden yang

memilih ragu-ragu sebanyak 13.41%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 16.46% dan 14%.

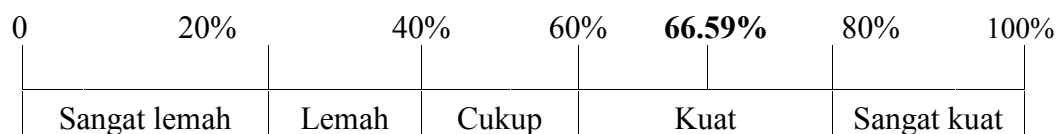


**Gambar 4.6 Persentase jawaban bimbel menyediakan tentor profesional dan berstandar nasional**

Berdasarkan data pada tabel 4.16, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbel menyediakan tentor profesional dan berstandar nasional terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 546. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbel menyediakan tentor profesional dan berstandar nasional yaitu:  $546/820 \times 100\% = 66.59\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.2.4 Bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan

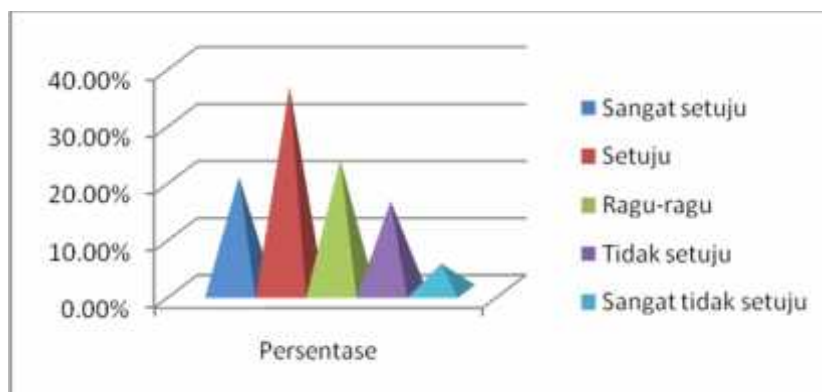
Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.19 Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	33	165	20.12%
2	Setuju	59	236	35.98%
3	Ragu-ragu	38	114	23.17%
4	Tidak setuju	26	52	15.85%
5	Sangat tidak setuju	8	8	5%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>575</b>	<b>100%</b>

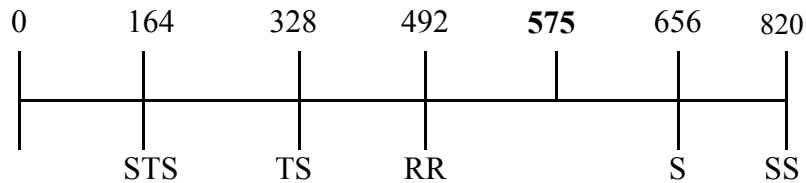
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 20.12%, responden yang menjawab setuju sebanyak 35.98%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 23.17%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 15.85% dan 5%.

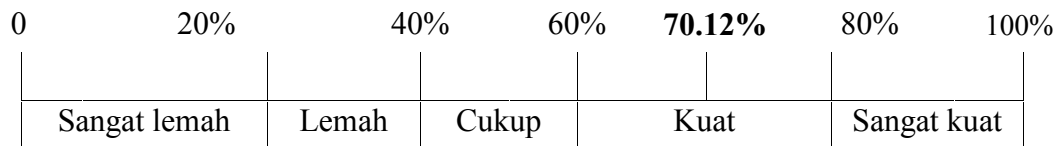


**Gambar 4.7 Persentase jawaban bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan**

Berdasarkan data pada tabel 4.17, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 575. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan yaitu:  $575/820 \times 100\% = 70.12\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.2.5 Bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus

Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

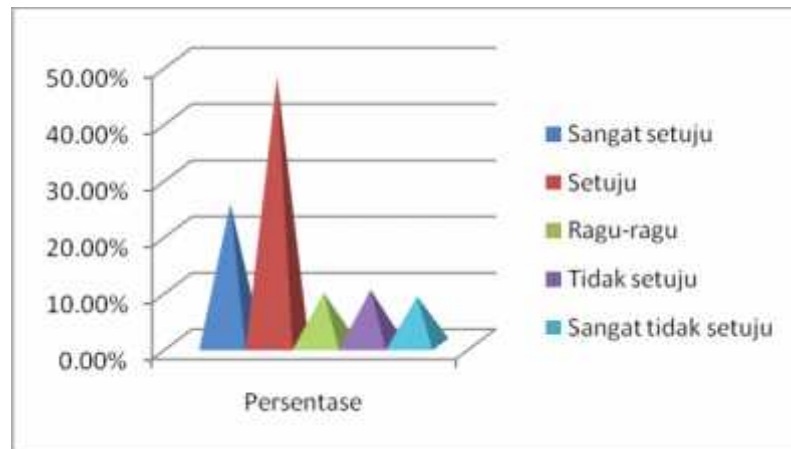
**Tabel 4.20 Rekap jawaban responden mengenai bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	41	205	25.00%
2	Setuju	78	312	47.56%
3	Ragu-ragu	15	45	9.15%
4	Tidak setuju	16	32	9.76%
5	Sangat tidak setuju	14	14	9%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>608</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

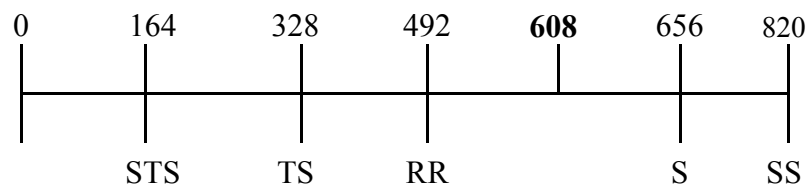


Berdasarkan persentase bimbingan menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 25.00%, responden yang menjawab setuju sebanyak 47.56%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 9.15%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 9.76% dan 9%.

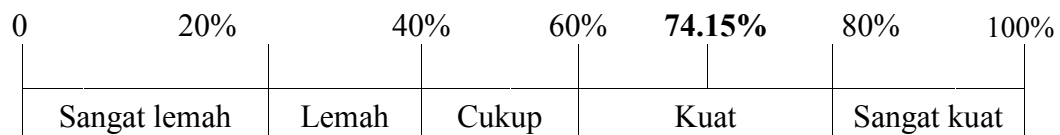


**Gambar 4.8** Persentase jawaban bimbingan menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus

Berdasarkan data pada tabel 4.18, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbingan menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 608. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbingan menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus yaitu:  $608/820 \times 100\% = 74.15\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.2.6 Bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta

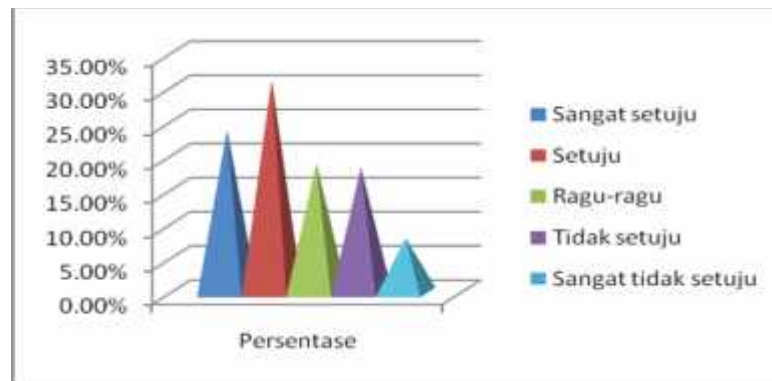
Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.21 Rekap jawaban responden mengenai bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	39	195	23.78%
2	Setuju	51	204	31.10%
3	Ragu-ragu	31	93	18.90%
4	Tidak setuju	30	60	18.29%
5	Sangat tidak setuju	13	13	8%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>565</b>	<b>100%</b>

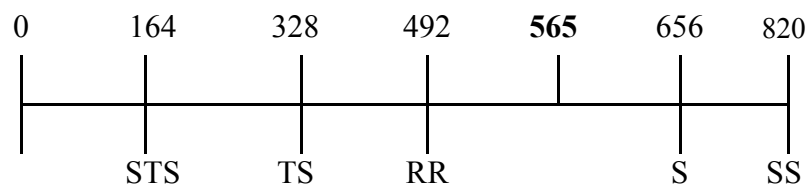
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 23.78%, responden yang menjawab setuju sebanyak 31.10%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 18.90%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 18.29% dan 8%.

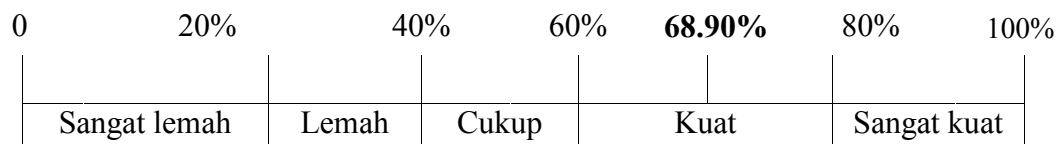


**Gambar 4.9** Persentase jawaban bimbil yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbil terbesar di Jakarta

Berdasarkan data pada tabel 4.19, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbil yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbil terbesar di Jakarta terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 565 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbil yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbil terbesar di Jakarta yaitu:  $565/820 \times 100\% = 68.90\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.2.7 Bimbil Nurul Fikri lebih islami sesuai mottonya, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang”

Pengolahan data mengenai pertanyaan Bimbil Nurul Fikri lebih islami sesuai mottonya, “kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” menghasilkan

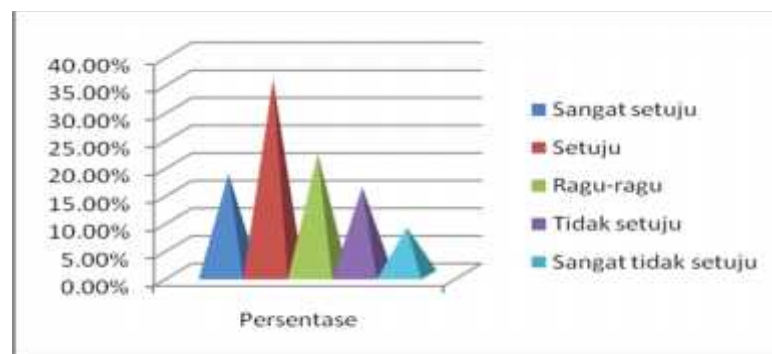
suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.22 Rekap jawaban responden mengenai Bimbel Nurul Fikri lebih islami sesuai mottonya, “kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang”**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	30	150	18.29%
2	Setuju	58	232	35.37%
3	Ragu-ragu	36	108	21.95%
4	Tidak setuju	26	52	15.85%
5	Sangat tidak setuju	14	14	9%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>556</b>	<b>100%</b>

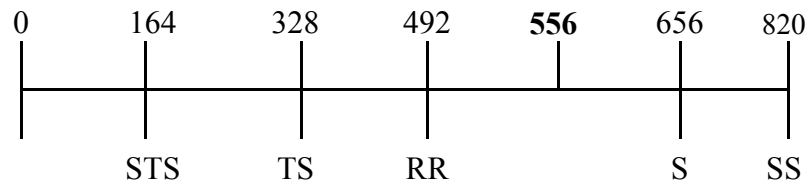
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase Bimbel Nurul Fikri lebih islami sesuai mottonya, “kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 18.29%, responden yang menjawab setuju sebanyak 35.37%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 21.95%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 15.85% dan 9%.

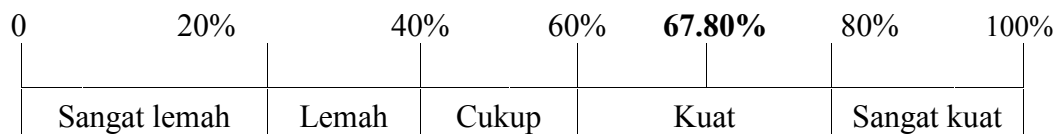


**Gambar 4.10 Persentase jawaban Bimbel Nurul Fikri lebih islami sesuai mottonya, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang”**

Berdasarkan data pada tabel 4.20, yang mana berisikan pertanyaan Bimbel Nurul Fikri lebih islami sesuai mottonya, “kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 556 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Bimbel Nurul Fikri lebih islami sesuai mottonya, “kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” yaitu:  $556/820 \times 100\% = 68.78\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.3 Pengukuran Variabel Harga

##### 4.2.2.3.1 Harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil

Pengolahan data mengenai pertanyaan Harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

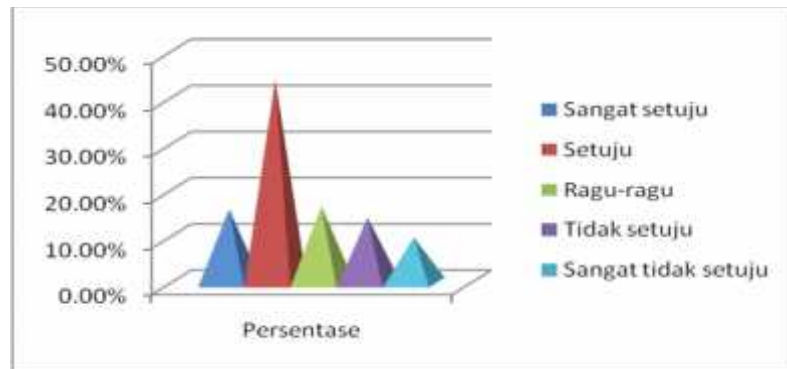
**Tabel 4.23 Rekap jawaban responden mengenai Harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	26	130	15.85%
2	Setuju	72	288	43.90%
3	Ragu-ragu	27	81	16.46%
4	Tidak setuju	23	46	14.02%
5	Sangat tidak setuju	16	16	10%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>560</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

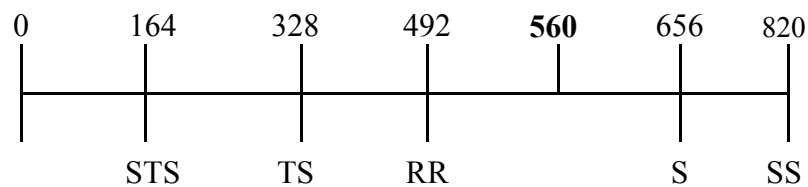
Berdasarkan persentase Harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 15.85%, responden yang menjawab setuju sebanyak 43.90%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak

16.46%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 14.02% dan 10%.

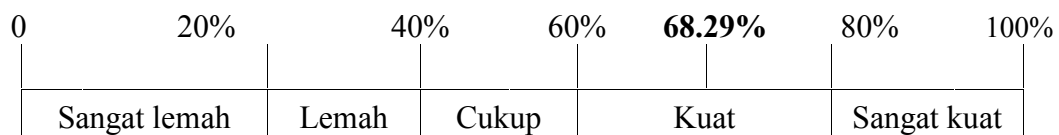


**Gambar 4.11 Persentase jawaban harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil**

Berdasarkan data pada tabel 4.21, yang mana berisikan pertanyaan mengenai harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 560 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil yaitu:  $560/820 \times 100\% = 68.29\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.3.2 Harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal

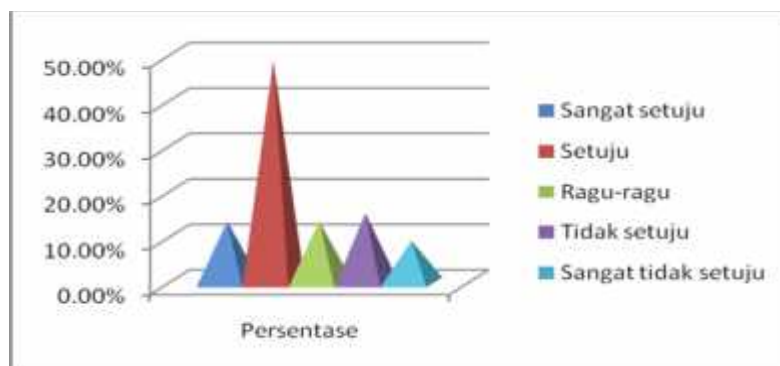
Pengolahan data mengenai pertanyaan harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.24 Rekap jawaban responden mengenai harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	22	110	13.41%
2	Setuju	80	320	48.78%
3	Ragu-ragu	22	66	13.41%
4	Tidak setuju	25	50	15.24%
5	Sangat tidak setuju	15	15	9%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>561</b>	<b>100%</b>

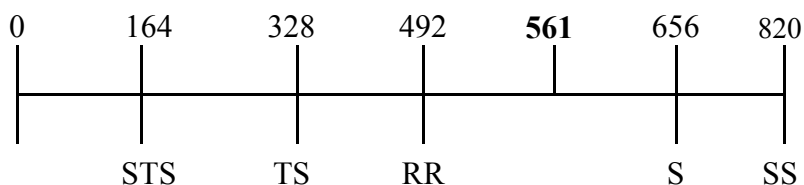
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase Harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 13.41%, responden yang menjawab setuju sebanyak 48.78%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 13.41%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 15.24% dan 9%.

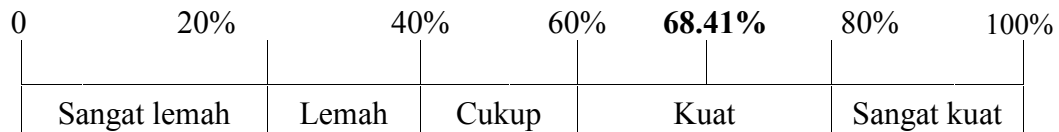


**Gambar 4.12 Persentase jawaban harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal**

Berdasarkan data pada tabel 4.22, yang mana berisikan pertanyaan mengenai harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 561 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal yaitu:  $561/820 \times 100\% = 68.41\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.3.3 Bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester

Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

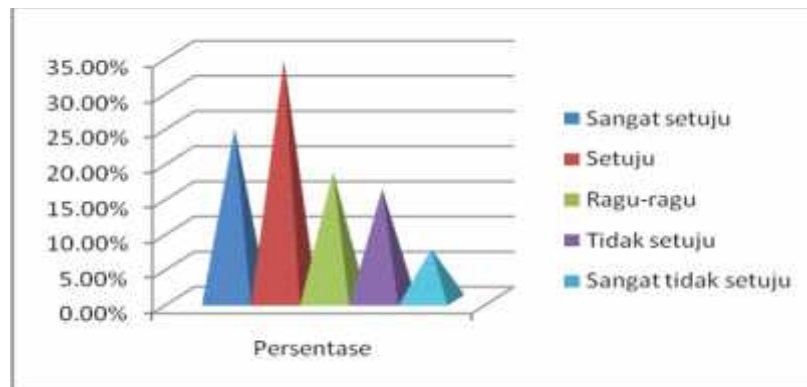
**Tabel 4.25 Rekap jawaban responden mengenai bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	40	200	24.39%
2	Setuju	56	224	34.15%
3	Ragu-ragu	30	90	18.29%
4	Tidak setuju	26	52	15.85%
5	Sangat tidak setuju	12	12	7%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>578</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

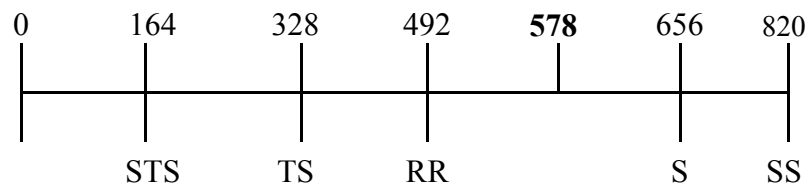
Berdasarkan persentase bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 24.39%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34.15%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 18.29%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 15.85% dan 7%.



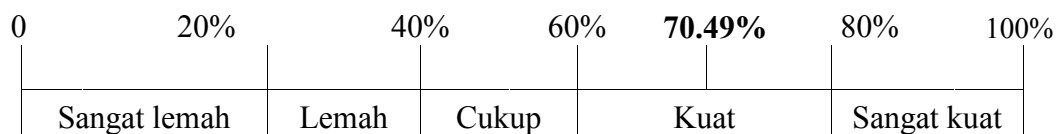


**Gambar 4.13** Persentase jawaban Bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester

Berdasarkan data pada tabel 4.23, yang mana berisikan pertanyaan mengenai sebaiknya bimbel menerapkan paket harga satu/dua semester terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 578 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester yaitu:  $578/820 \times 100\% = 70.49\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.3.4 Bimbel sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah

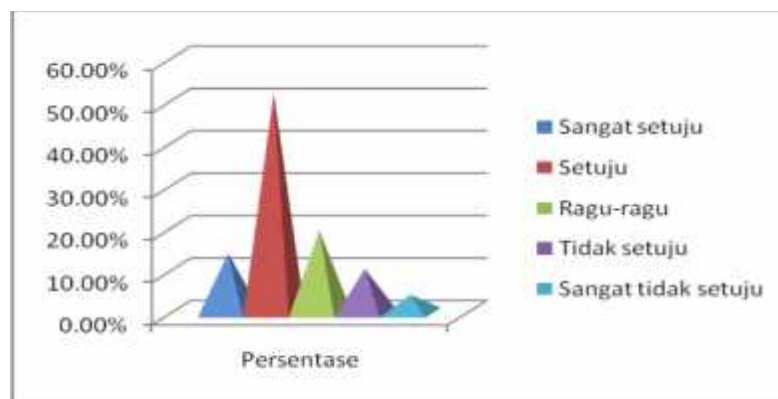
Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbel sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.26 Rekap jawaban responden mengenai bimbel sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	23	115	14.02%
2	Setuju	85	340	51.83%
3	Ragu-ragu	32	96	19.51%
4	Tidak setuju	17	34	10.37%
5	Sangat tidak setuju	7	7	4%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>592</b>	<b>100%</b>

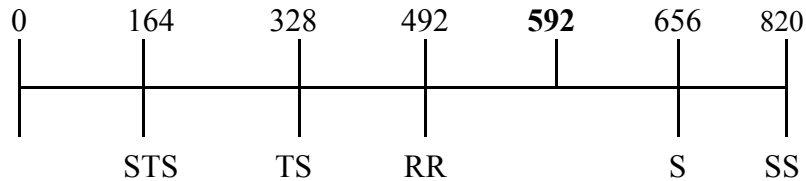
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase bimbel sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 14.02%, responden yang menjawab setuju sebanyak 51.83%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 19.51%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 10.37% dan 4%.

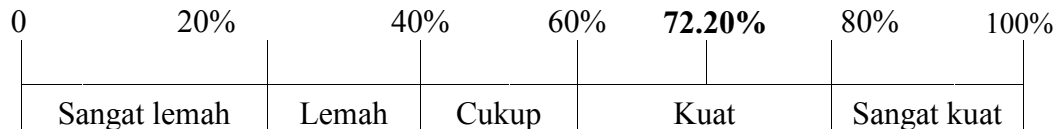


**Gambar 4.14 Persentase jawaban Bimbel sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah**

Berdasarkan data pada tabel 4.24, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbil sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 592 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbil sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah yaitu:  $592/820 \times 100\% = 72.20\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.4 Pengukuran Variabel Lokasi

##### 4.2.2.4.1 Bimbil sebaiknya di bangun di daerah Panam

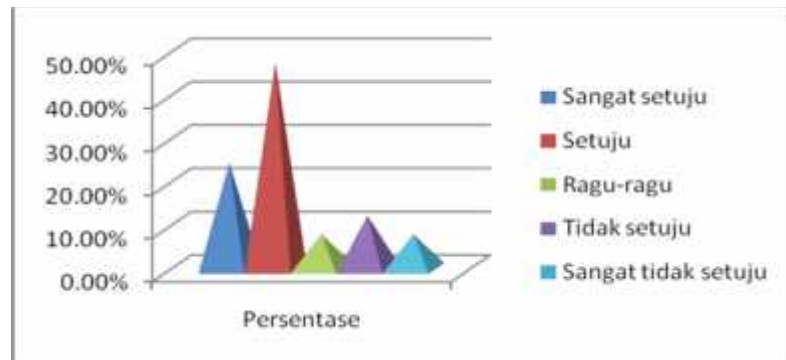
Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbil sebaiknya di bangun di daerah Panam menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.27 Rekap jawaban responden mengenai Bimbil sebaiknya di bangun di daerah Panam**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	40	200	24.39%
2	Setuju	78	312	47.56%
3	Ragu-ragu	13	39	7.93%
4	Tidak setuju	20	40	12.20%
5	Sangat tidak setuju	13	13	8%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>604</b>	<b>100%</b>

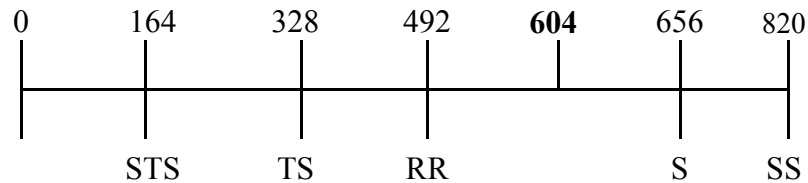
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase bimbil sebaiknya di bangun di daerah Panam dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 24.39%, responden yang menjawab setuju sebanyak 47.56%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 7.93%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 12.20% dan 8%.

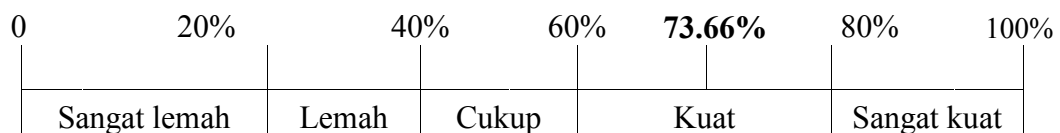


**Gambar 4.15** Persentase jawaban Bimbil sebaiknya di bangun di daerah Panam

Berdasarkan data pada tabel 4.25, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbil sebaiknya dibangun di daerah Panam terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 604 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbil sebaiknya dibangun di daerah Panam yaitu:  $604/820 \times 100\% = 73.66\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.4.2 Bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi, daerah keramaian ataupun pusat pendidikan

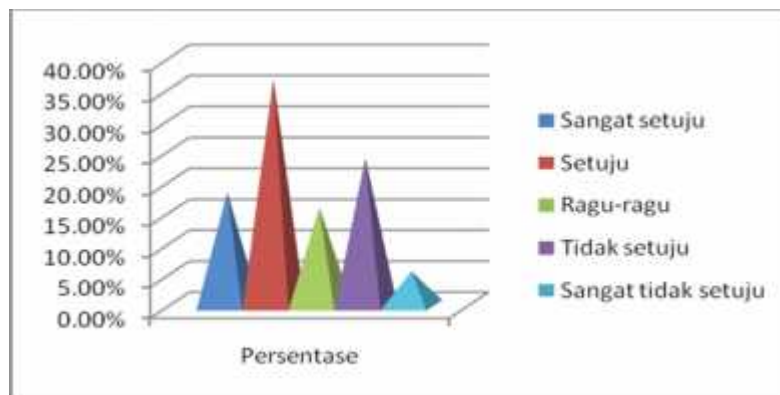
Pengolahan data mengenai pertanyaan bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi daerah keramaian ataupun pusat pendidikan menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.28 Rekap jawaban responden mengenai bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi daerah keramaian ataupun pusat pendidikan**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	30	150	18.29%
2	Setuju	60	240	36.59%
3	Ragu-ragu	26	78	15.85%
4	Tidak setuju	39	78	23.78%
5	Sangat tidak setuju	9	9	5%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>555</b>	<b>100%</b>

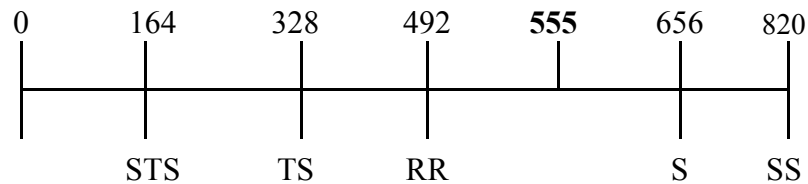
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi daerah keramaian ataupun pusat pendidikan dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 18.29%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36.59%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 15.85%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 23.78% dan 5%.

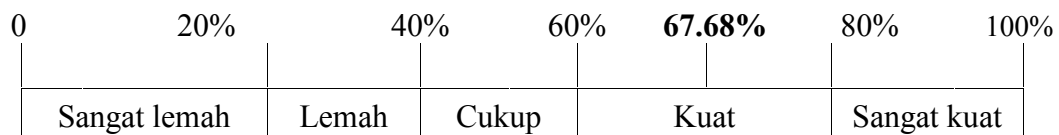


**Gambar 4.16 Persentase jawaban Bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi daerah keramaian ataupun pusat pendidikan**

Berdasarkan data pada tabel 4.26, yang mana berisikan pertanyaan mengenai bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi daerah keramaian ataupun pusat pendidikan terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 555 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi daerah keramaian ataupun pusat pendidikan yaitu:  $555/820 \times 100\% = 67.68\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.5 Pengukuran Variabel Promosi

##### 4.2.2.5.1 Promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah

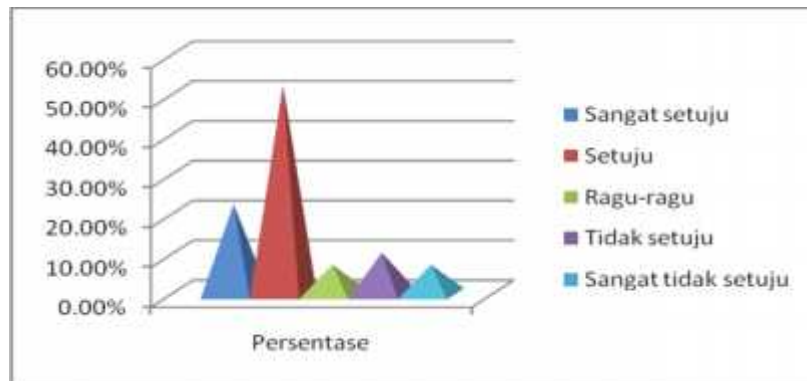
Pengolahan data mengenai pertanyaan promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.29 Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	37	185	22.56%
2	Setuju	86	344	52.44%
3	Ragu-ragu	12	36	7.32%
4	Tidak setuju	17	34	10.37%
5	Sangat tidak setuju	12	12	7%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>611</b>	<b>100%</b>

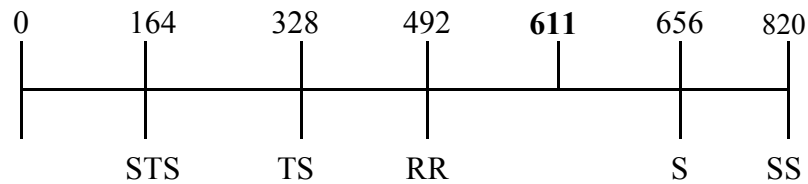
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 22.56%, responden yang menjawab setuju sebanyak 52.44%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 7.32%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 10.37% dan 7%.

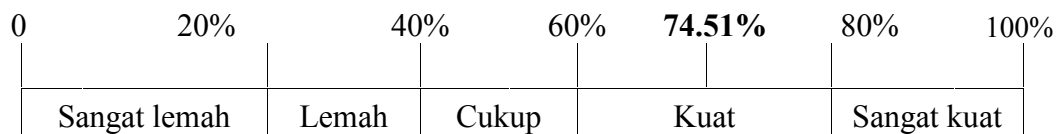


**Gambar 4.17 Persentase jawaban promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah**

Berdasarkan data pada tabel 4.27, yang mana berisikan pertanyaan mengenai promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 611 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah yaitu:  $611/820 \times 100\% = 74.51\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.5.2 Promosi sebaiknya disebar melalui brosur

Pengolahan data mengenai pertanyaan promosi sebaiknya disebar melalui brosur menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.30 Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya disebar melalui brosur**

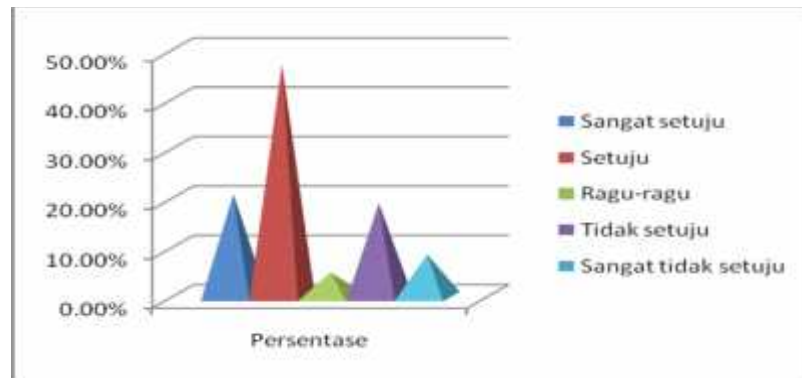
No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	34	170	20.73%
2	Setuju	77	308	46.95%
3	Ragu-ragu	8	24	4.88%
4	Tidak setuju	31	62	18.90%
5	Sangat tidak setuju	14	14	9%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>578</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase promosi sebaiknya disebar melalui brosur dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 20.73%, responden yang menjawab setuju sebanyak 46.95%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak

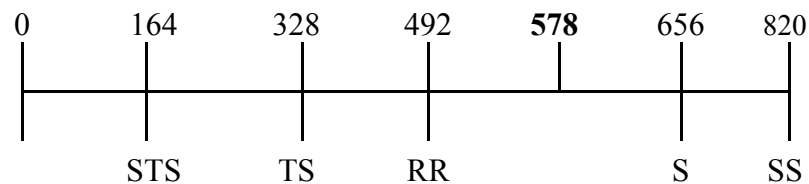


4.88%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 18.90% dan 9%.

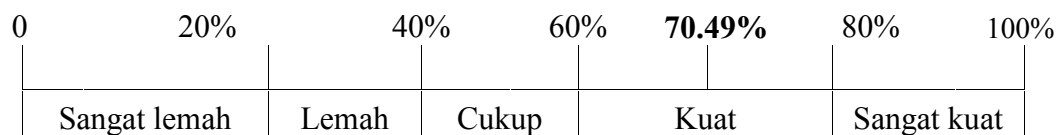


**Gambar 4.18** Persentase jawaban promosi sebaiknya disebar melalui brosur

Berdasarkan data pada tabel 4.28, yang mana berisikan pertanyaan mengenai promosi sebaiknya disebar melalui brosur terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 578 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa promosi sebaiknya disebar melalui brosur yaitu:  $578/820 \times 100\% = 70.49\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.5.3 Promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak

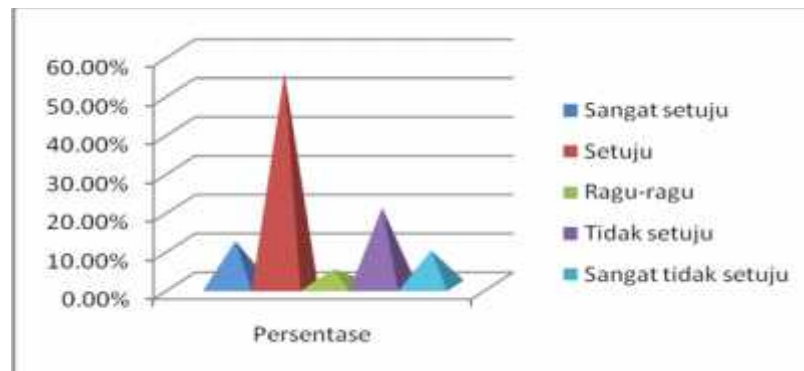
Pengolahan data mengenai pertanyaan promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

**Tabel 4.31 Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	19	95	11.59%
2	Setuju	90	360	54.88%
3	Ragu-ragu	7	21	4.27%
4	Tidak setuju	33	66	20.12%
5	Sangat tidak setuju	15	15	9%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>557</b>	<b>100%</b>

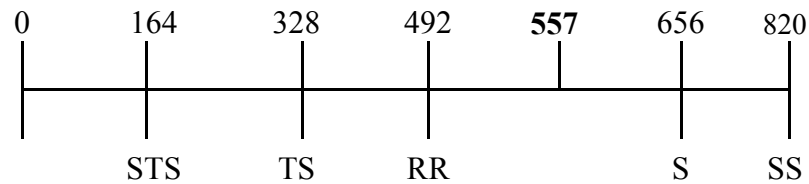
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

Berdasarkan persentase promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 11.59%, responden yang menjawab setuju sebanyak 54.88%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 4.27%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 20.12% dan 9%.

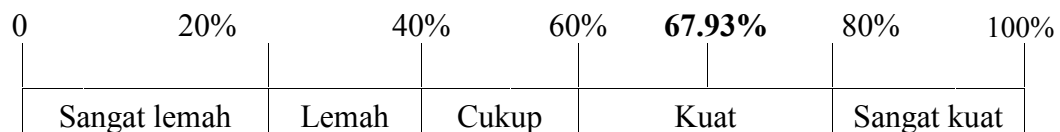


**Gambar 4.19 Persentase jawaban promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak**

Berdasarkan data pada tabel 4.29, yang mana berisikan pertanyaan mengenai promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 557 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak yaitu:  $557/820 \times 100\% = 67.93\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



#### 4.2.2.5.4 Promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik

Pengolahan data mengenai pertanyaan promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik menghasilkan suatu hasil, maka langkah yang perlu dilakukan yaitu menghitung setiap jawaban yang diberikan oleh masing-masing responden. Berikut ini rekapitulasi jawaban yang diberikan oleh responden.

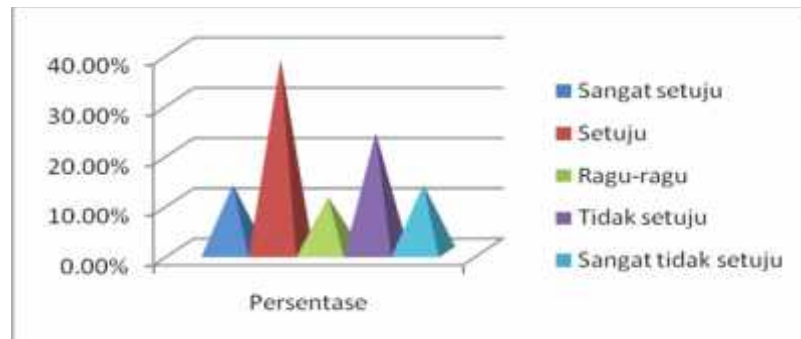
**Tabel 4.32 Rekap jawaban responden mengenai promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik**

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase
1	Sangat setuju	22	110	13.41%
2	Setuju	63	252	38.41%
3	Ragu-ragu	18	54	10.98%
4	Tidak setuju	39	78	23.78%
5	Sangat tidak setuju	22	22	13%
<b>Jumlah</b>		<b>164</b>	<b>516</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2011)

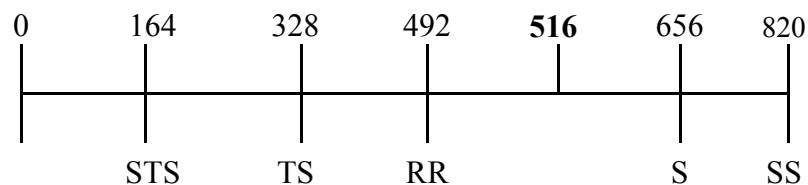
Berdasarkan persentase promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 13.41%, responden yang menjawab setuju sebanyak 38.41%, responden yang memilih ragu-

ragu sebanyak 10.98%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 23.78% dan 13%.

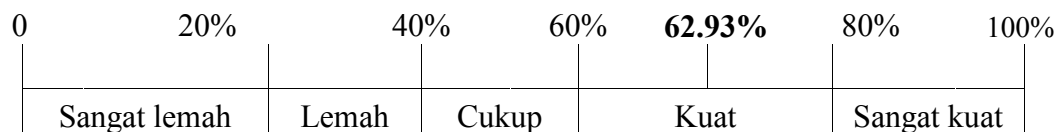


**Gambar 4.20** Persentase jawaban promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik

Berdasarkan data pada tabel 4.30, yang mana berisikan pertanyaan mengenai promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 516 Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik yaitu:  $516/820 \times 100\% = 62.93\%$  yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



### 4.2.3 Pengolahan Data Keuangan

#### 4.2.3.1 Perhitungan Perkiraan Pendapatan

Berdasarkan jumlah siswa Bimbel Nurul Fikri 2005-2009, dapat diketahui jumlah siswanya yaitu:

**Tabel 4.33 Daftar Jumlah Siswa Bimbel Nurul Fikri 2005-2009**

No	Tahun	Jumlah Siswa
1	2005	134
2	2006	160
3	2007	188
4	2008	196
5	2009	227

Sumber: Data Olahan (2011).

**Tabel 4.34 Perhitungan Peramalan Regresi Linier Jumlah Siswa Bimbel Nurul Fikri**

No.	Tahun	Jumlah Siswa (Y)	X	X <sup>2</sup>	$\sum XY$
1.	2005	134	0	0	0
2.	2006	160	1	1	160
3.	2007	188	2	4	376
4.	2008	196	3	9	588
5.	2009	227	4	16	908
	Jumlah	905	10	30	2032

Sumber: Data Olahan (2011).

Langkah 1:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = \frac{10}{5} = 2$$

Langkah 2:

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{905}{5} = 181$$

Langkah 3:

$$b = \frac{\sum XY - \bar{X} \sum Y}{\sum X^2 - \bar{X} \sum X} = \frac{2032 - (2)(905)}{30 - (2)(10)} = 22,2$$

Langkah 4:

$$\begin{aligned} a &= \bar{Y} - b \bar{X} \\ &= 181 - 22,2(2) \\ &= 136,6 \end{aligned}$$

Langkah 5: Menggunakan rumus regresi linier garis lurus

$$Y = a + b x \dots\dots\dots(4.2)$$

$$Y_6 = 136,6 + (22,2)(5) = 247,6$$

$$Y_7 = 136,6 + (22,2)(6) = 269,8$$

$$Y_8 = 136,6 + (22,2)(7) = 292$$

$$Y_9 = 136,6 + (22,2)(8) = 314,2$$

$$Y_{10} = 136,6 + (22,2)(9) = 336,4$$

Dengan menggunakan peramalan deret waktu dengan regresi linier, maka didapatkan hasil jumlah siswa Nurul Fikri 2011-2015 dengan nilai optimis. Sedangkan peramalan jumlah siswa Nurul Fikri 2011-2015 dengan nilai pesimis yaitu:

$$Y_6 = 247,6 \times 60\% = 149$$

$$Y_7 = 269,8 \times 60\% = 162$$

$$Y_8 = 292 \times 60\% = 175$$

$$Y_9 = 314,2 \times 60\% = 189$$

$$Y_{10} = 336,4 \times 60\% = 202$$

**Tabel 4.35 Perkiraan Jumlah Pendapatan Bimbel Nurul Fikri Tahun I-V**

<b>Tahun</b>	<b>Pendaftaran</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Pendapatan</b>
<b>1</b>	Pendaftaran	149 siswa@Rp50.000	7.450.000
	Pendapatan		
	Bimbel Reguler	149 siswa@Rp2.000.000	298.000.000
<b>Jumlah Pendapatan</b>			<b>305.450.000</b>
<b>2</b>	Pendaftaran	162 siswa@Rp100.000	16.200.000
	Pendapatan		
	Bimbel Reguler	162 siswa@Rp2.050.000	332.100.000
<b>Jumlah Pendapatan</b>			<b>348.300.000</b>
<b>3</b>	Pendaftaran	175 siswa@Rp100.000	17.500.000
	Pendapatan		
	Bimbel Reguler	175 siswa@Rp2.100.000	367.500.000
<b>Jumlah Pendapatan</b>			<b>385.000.000</b>
<b>4</b>	Pendaftaran	189 siswa@Rp100.000	18.900.000
	Pendapatan		
	Bimbel Reguler	189 siswa@Rp2.150.000	406.350.000
<b>Jumlah Pendapatan</b>			<b>415.800.000</b>
<b>5</b>	Pendaftaran	202 siswa@Rp100.000	20.200.000
	Pendapatan		
	Bimbel Reguler	202 siswa@Rp2.200.000	444.400.000
<b>Jumlah Pendapatan</b>			<b>464.600.000</b>

Sumber: Data Olahan (2011).

#### **4.2.3.2 Perhitungan Perkiraan Biaya Operasional**

Pada perhitungan perkiraan biaya operasional ini, akan dijelaskan mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan Bimbel Nurul Fikri setiap tahunnya, seperti beban modul reguler untuk siswa, beban royalty dan sebagainya. Berikut perkiraan biaya operasional setiap tahunnya:

**Tabel 4.36 Perkiraan biaya operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun I**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Tahun I (Rp)</b>
<b>1</b>	<b>Pendapatan</b>		<b>305.450.000</b>
<b>2</b>	<b>Beban Operasional</b>		
	Beban Modul Reguler	149 siswa @ Rp.150.000,-	22.350.000
	Beban Royalti	10% x Rp.305.450.000,-	30.545.000
	Beban Pemasaran	4% x Rp.305.450.000,-	12.218.000
	Beban Sewa		
	Gaji Karyawan	3 @ Rp.1.500.000,- x 12	54.000.000
	Honor Guru Reguler	6 grpx6jamx21pknx2smtrxRp.30.000,-	45.360.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	5% x Rp.305.450.000,-	15.272.500
	Beban Transportasi dan Asuransi	1% x Rp.305.450.000,-	3.054.500
	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	1% x Rp.305.450.000,-	3.054.500
	Beban Raker Guru		8.000.000
	THR Guru dan Karyawan		10.500.000
<b>3</b>	<b>Total Biaya</b>		<b>204.354.500</b>

Sumber: Data Olahan (2011).

**Tabel 4.37 Perkiraan biaya operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun II**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Tahun II (Rp)</b>
<b>1</b>	<b>Pendapatan</b>		<b>348.300.000</b>
<b>2</b>	<b>Beban Operasional</b>		
	Beban Modul Reguler	162 siswa @ Rp.155.000,-	25.110.000
	Beban Royalti	10% x Rp.348.300.000,-	34.830.000
	Beban Pemasaran	4% x Rp.348.300.000,-	13.932.000
	Beban Sewa		
	Gaji Karyawan	3 @ Rp.1.550.000,- x 12	55.800.000
	Honor Guru Reguler	6 grpx6jamx21pknx2smtrxRp.30.000,-	45.360.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	5% x Rp.348.300.000,-	17.415.000
	Beban Transportasi dan Asuransi	1% x Rp.348.300.000,-	3.483.000
	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	1% x Rp.348.300.000,-	3.483.000
	Beban Raker Guru		8.500.000
	THR Guru dan Karyawan		11.000.000
<b>3</b>	<b>Total Biaya</b>		<b>218.913.000</b>

Sumber: Data Olahan (2011).



**Tabel 4.38 Perkiraan biaya operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun III**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Tahun III (Rp)</b>
<b>1</b>	<b>Pendapatan</b>		<b>385.000.000</b>
<b>2</b>	<b>Beban Operasional</b>		
	Beban Modul Reguler	175 siswa @ Rp.160.000,-	28.000.000
	Beban Royalti	10% x Rp.385.000.000,-	38.500.000
	Beban Pemasaran	4% x Rp.385.000.000,-	15.400.000
	Beban Sewa		
	Gaji Karyawan	3 @ Rp.1.600.000,- x 12	57.600.000
	Honor Guru Reguler	7 grpx6jamx21pknx2smtrxRp.35.000,-	61.740.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	5% x Rp.385.000.000,-	19.250.000
	Beban Transportasi dan Asuransi	1% x Rp.385.000.000,-	3.850.000
	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	1% x Rp.385.000.000,-	3.850.000
	Beban Raker Guru		9.000.000
	THR Guru dan Karyawan		11.500.000
<b>3</b>	<b>Total Biaya</b>		<b>248.690.000</b>

Sumber: Data Olahan (2011).

**Tabel 4.39 Perkiraan biaya operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun IV**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Tahun IV (Rp)</b>
<b>1</b>	<b>Pendapatan</b>		<b>425.250.000</b>
<b>2</b>	<b>Beban Operasional</b>		
	Beban Modul Reguler	189 siswa @ Rp.165.000,-	31.185.000
	Beban Royalti	10% x Rp.425.250.000,-	42.525.000
	Beban Pemasaran	4% x Rp.425.250.000,-	17.010.000
	Beban Outlet	10.000.000	10.000.000
	Beban Sewa	1th @ Rp.55.000.000,-	55.000.000
	Gaji Karyawan	3 @ Rp.1.600.000,- x 12	57.600.000
	Honor Guru Reguler	8 grpx6jamx21pknx2smtrxRp.35.000,-	70.560.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	5% x Rp.425.250.000,-	21.262.500
	Beban Transportasi dan Asuransi	1% x Rp.425.250.000,-	4.252.500
	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	1% x Rp.425.250.000,-	4.252.500
	Beban Raker Guru		9.500.000
	THR Guru dan Karyawan		12.000.000
<b>3</b>	<b>Total Biaya</b>		<b>335.147.500</b>

Sumber: Data Olahan (2011).

**Tabel 4.40 Perkiraan biaya operasional Bimbel Nurul Fikri Tahun V**

No	Uraian	Keterangan	Tahun V (Rp)
1	<b>Pendapatan</b>		<b>464.600.000</b>
2	<b>Beban Operasional</b>		
	Beban Modul Reguler	202 siswa @ Rp.170.000,-	34.340.000
	Beban Royalti	10% x Rp.464.600.000,-	46.460.000
	Beban Pemasaran	4% x Rp.464.600.000,-	18.584.000
	Beban Outlet	10.000.000	10.000.000
	Beban Sewa	1th @ Rp.55.000.000,-	55.000.000
	Gaji Karyawan	3 @ Rp.1.600.000,- x 12	57.600.000
	Honor Guru Reguler	8 grpx6jamx21pknx2smtrxRp.35.000,-	70.560.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	5% x Rp.464.600.000,-	23.230.000
	Beban Transportasi dan Asuransi	1% x Rp.464.600.000,-	4.646.000
	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	1% x Rp.464.600.000,-	4.646.000
	Beban Raker Guru		10.000.000
	THR Guru dan Karyawan		12.500.000
3	<b>Total Biaya</b>		<b>347.566.000</b>

Sumber: Data Olahan (2011).

#### 4.2.3.3 Biaya Depresiasi (Penyusutan)

Dalam setiap melakukan suatu investasi, maka terdapat biaya depresiasi dari peralatan atau aset yang digunakan karena waktu dan pemakaian. Berikut ini merupakan daftar asset yang mengalami depresiasi:

**Tabel 4.41 Depresiasi selama 5 tahun**

Keterangan	Nilai Sekarang	Residu	Depresiasi
Kursi Belajar	20.000.000	10%	2.000.000
Meja Guru	1.600.000	15%	240.000
AC	26.000.000	15%	3.900.000
Meja & Kursi Kantor	5.750.000	15%	862.500
Meja FO	4.000.000	25%	1.000.000
Kursi Pelanggan	1.400.000	10%	140.000
Komputer	12.000.000	20%	2.400.000
	Jumlah		10.542.500

Sumber: Data Olahan (2011).

Untuk menghitung depresiasi ini dengan menggunakan metode garis lurus (stright line method). Penyusutan selama 5 tahun sesuai rumus (2.2) sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi} - \text{residu}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi} - \text{residu}}{\text{Umur Ekonomis}} = \frac{367.550.000 - 10.542.500}{5} = \text{Rp } 71.401.500$$

#### 4.2.3.4 MARR

MARR merupakan tingkat bunga yang dipakai sebagai patokan dasar dalam mengevaluasi dan membandingkan berbagai alternatif. Berikut rumus MARR:

$$\text{MARR} = i + \alpha \dots\dots\dots(4.3)$$

Dimana :

$i$  = bunga deposito bank ; 7% (deposito Bank Riau)

$\alpha$  = high risk high return (persen resiko pengembalian) ;  
5% (karena jumlah bimbel yang guling tikar di daerah Panam tidak ada, sedangkan tumbuhnya bimbel baru ada 2 buah yaitu Smart Fast Education dan Ganesha Operation)

$$\begin{aligned} \text{MARR} &= 7\% + 5\% \\ &= 12\% \end{aligned}$$

#### 4.2.3.5 Aliran Kas (*Cash Flow*)

Berikut ini merupakan aliran kas investasi dari tahun I-V pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam.

Tabel 4.42 Aliran kas tahun I-III

No	Keterangan	Tahun I (Rp)	Tahun II (Rp)	Tahun III (Rp)
1	<b>Pendapatan</b>	<b>305.450.000</b>	<b>348.300.000</b>	<b>385.000.000</b>
2	<b>Beban Operasional</b>			
	Beban Modul Reguler	22.350.000	25.110.000	28.000.000
	Beban Royalti	30.545.000	34.830.000	38.500.000
	Beban Pemasaran	12.218.000	13.932.000	15.400.000
	Beban Sewa			
	Gaji Karyawan	54.000.000	55.800.000	57.600.000
	Honor Guru Reguler	45.360.000	45.360.000	61.740.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	15.272.500	17.415.000	19.250.000
	Beban Transportasi dan Asuransi	3.054.500	3.483.000	3.850.000
	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	3.054.500	3.483.000	3.850.000
	Beban Raker Guru	8.000.000	8.500.000	9.000.000
	THR Guru dan Karyawan	10.500.000	11.000.000	11.500.000
3	<b>Total Biaya</b>	<b>204.354.500</b>	<b>218.913.000</b>	<b>248.690.000</b>
4	<b>Penyusutan</b>	<b>71.401.500</b>	<b>71.401.500</b>	<b>71.401.500</b>
5	<b>Total Biaya + Penyusutan</b>	<b>275.756.000</b>	<b>290.314.500</b>	<b>320.091.500</b>
6	<b>Laba Sebelum Pajak (EBT)</b>	<b>29.694.000</b>	<b>57.985.500</b>	<b>64.908.500</b>
7	<b>Pajak 15 % dari EBT</b>	<b>4.454.100</b>	<b>8.697.825</b>	<b>9.736.275</b>
8	<b>Laba Setelah Pajak</b>	<b>25.239.900</b>	<b>49.287.675</b>	<b>55.172.225</b>

Sumber: Data Olahan (2011).

Tabel 4.43 Aliran kas tahun IV-V

No	Keterangan	Tahun IV (Rp)	Tahun V (Rp)
1	<b>Pendapatan</b>	<b>425.250.000</b>	<b>464.600.000</b>
2	<b>Beban Operasional</b>		
	Beban Modul Reguler	31.185.000	34.340.000
	Beban Royalti	42.525.000	46.460.000
	Beban Pemasaran	17.010.000	18.584.000
	Beban Outlet	10.000.000	10.000.000
	Beban Sewa	55.000.000	55.000.000
	Gaji Karyawan	57.600.000	57.600.000
	Honor Guru Reguler	70.560.000	70.560.000
	Beban ATK, RT dan Sekre	21.262.500	23.230.000
	Beban Transportasi dan Asuransi	4.252.500	4.646.000

Sumber: Data Olahan (2011).

**Tabel 4.44 Aliran kas tahun IV-V Lanjutan**

No	Keterangan	Tahun IV (Rp)	Tahun V (Rp)
	Beban Pemeliharaan gedung dan Inventaris	4.252.500	4.646.000
	Beban Raker Guru	9.500.000	10.000.000
	THR Guru dan Karyawan	12.000.000	12.500.000
3	<b>Total Biaya</b>	335.147.500	347.566.000
4	<b>Penyusutan</b>	71.401.500	71.401.500
5	<b>Total Biaya + Penyusutan</b>	406.549.000	418.967.500
6	<b>Laba Sebelum Pajak (EBT)</b>	18.701.000	45.632.500
7	<b>Pajak 15 % dari EBT</b>	2.805.150	6.844.875
8	<b>Laba Setelah Pajak</b>	15.895.850	38.787.625

Sumber: Data Olahan (2011).

#### 4.2.3.6 NPV (*Net Present Value*)

NPV merupakan metode menghitung nilai bersih (*netto*) pada waktu sekarang (*present*). Metode ini digunakan melalui selisih antara investasi dengan PV kas bersih. Berikut PV kas bersih tahun I-V:

**Tabel 4.45 Perhitungan NPV tahun 0-III**

No	Keterangan	Periode/Tahun			
		0	1	2	3
1	Pendapatan		305.450.000	348.300.000	385.000.000
2	Investasi	367.550.000			
3	Total Biaya		204.354.500	218.913.000	248.690.000
4	Benefit	-367.550.000	101.095.500	129.387.000	136.310.000
5	Pajak 15 %		15.164.325	19.408.050	20.446.500
6	Net Benefit	-367.550.000	85.931.175	109.978.950	115.863.500
7	D.F 12%	1,0000	0,8929	0,7972	0,7118
8	Presen Value	-367.550.000	76.727.946,16	87.675.218,94	82.471.639.3

Sumber: Data Olahan (2011)

**Tabel 4.46 Perhitungan NPV tahun IV-V**

No	Keterangan	Periode/Tahun	
		4	5
1	Pendapatan	425.250.000	464.600.000
2	Investasi		
3	Total Biaya	335.147.500	347.566.000
4	Benefit	90.102.500	117.034.000
5	Pajak 15 %	13.515.375	17.555.100
6	Net Benefit	76.587.125	99.478.900
7	D.F 12%	0,6355	0,5674
8	Presen Value	48.671.117,94	56.444.327,86

Sumber: Data Olahan (2011)

Sehingga, didapatkan PV kas bersih investasi dari tahun I-V yaitu:

$$NPV = \sum_{i=1}^n B_1 (1+r)^{-n}$$

$$NPV = (-367.550.000 + 76.727.946,16 + 87.675.218,94 + 82.471.639,3 + 48.671.117,94 + 56.444.327,86)$$

$$NPV = - \text{Rp } 15.559.749,8$$

Dari pengolahan data yang dilakukan melalui metode NPV, dapat diketahui bahwa nilai NPV bernilai negatif yaitu - Rp 15.559.749,8. Oleh sebab itu, investasi tidak dapat diterima.

#### **4.2.3.7 Internal Rate Of Return (IRR)**

Dalam metode IRR yang dicari adalah tingkat bunga, di mana tingkat bunga yang menghasilkan nilai sekarang dari proceeds yang diharapkan akan diterima sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal investasi jika IRR lebih besar dari yang telah ditetapkan pada usulan, maka usulan investasi diterima. Sebaliknya bila IRR lebih kecil dari usulan investasi maka proyek ditolak.

**Tabel 4.47 Perhitungan *IRR* tahun 0-V**

No	Tahun	Kas Bersih	Bunga 12 %		Bunga 15 %	
			DF	PV Kas Bersih (Rp)	DF	PV Kas Bersih
1	0	-367.550.000	1,0000	-367.550.000	1,0000	-367.550.000
2	I	85.931.175	0,8929	76.727.946,16	0,8696	74.725.749,78
3	II	109.978.950	0,7972	87.675.218,94	0,7561	83.155.084,1
4	III	115.863.500	0,7118	82.471.639,3	0,6575	76.180.251,25
5	IV	76.587.125	0,6355	48.671.117,94	0,5718	43.792.518,08
6	V	99.478.900	0,5674	56.444.327,86	0,4972	49.460.909,08
<b>Total PV kas Bersih</b>				-15.559.749,81		-40235487,72

Sumber: Data Olahan (2011)

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui :

$$IRR = i_1 + \left( \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right) \cdot (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 0,12 + \left( \frac{-15.559.749,81}{-15.559.749,81 + 40235487,72} \right) \cdot (0,15 - 0,12)$$

$$IRR = 0,1011 = 10,11\%$$

$$IRR < MARR = 10,22\% < 12\%$$

Dari perhitungan di atas diperoleh IRR sebesar 10,218%, berarti IRR lebih kecil dari MARR yaitu 12 %, dengan demikian investasi tidak dapat diterima.

#### 4.2.3.8 Metode *Pay Back Periode* (PP)

**Tabel 4.48 Perhitungan *Pay Back Periode* (PP) tahun 0-V**

Tahun	Investasi	Benefit	Net 12%	I	B
0	367.550.000		1,0000	-367.550.000	
1	-	85.931.175	0,8929		76.727.946,16
2	-	109.978.950	0,7972		87.675.218,94
3	-	115.863.500	0,7118		82.471.639,3
4	-	76.587.125	0,6355		48.671.117,94
5	-	99.478.900	0,5674		56.444.327,86
				367.550.000	351.990.250,2

Sumber: Data Olahan (2011).

Investasi = Rp 367.550.000

PP selama 5 tahun = Rp - 15.559.749.8

Perusahaan CV. Salam Nurul Fikri tidak mencapai target dalam pengembalian modal selama 5 tahun. Berdasarkan data di atas *PP* sekarang lebih besar dari umur investasi maka usaha ini tidak layak untuk dijalankan.



## **BAB V ANALISA**

### **5.1 Analisa Data Demografi**

Dalam penelitian ini diperoleh data demografi berdasarkan item pertanyaan kuesioner yang disebar. Dimana data kuesioner ini akan memberikan informasi bahwa kuesioner telah tersebar kepada siswa kelas 3 SMP dan kelas 3 SMA di Kecamatan Tampan yang menjadi responden. Responden terdiri dari 164 orang yang merupakan siswa kelas 3 SMP dan kelas 3 SMA di Kecamatan Tampan. Setelah dilakukannya pengolahan terhadap data demografi responden, maka dapat dianalisa sebagai berikut.

#### **5.1.1 Jenis Kelamin**

Dari hasil *output* pada tabel 4.6 dan gambar 4.2, dapat dianalisa bahwa responden laki-laki lebih kecil dari responden perempuan. Jumlah untuk responden pria sebanyak 74 orang (54%), sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 90 orang (55%). Ini artinya bahwa yang mengisi kuesioner didominasi oleh responden perempuan.

#### **5.1.2 Sekolah**

Berdasarkan hasil pengolahan dapat dijelaskan sekolah responden sebagai berikut. Untuk responden yang bersekolah di SMA 12 sebanyak 15 orang (9%) , responden yang bersekolah di SMA Al-Huda sebanyak 13 orang (8%), responden yang bersekolah di SMA Babussalam sebanyak 15 orang (9%), responden yang bersekolah di SMA Dar'el Hikmah sebanyak 13 orang (8%), responden yang bersekolah di SMA IT Arroyan sebanyak 13 orang (8%), responden yang bersekolah di SMPN 23 sebanyak 15 orang (9%), responden yang bersekolah di MTS Al-Muttaqin sebanyak 13 orang (8%), responden yang bersekolah di SMP IT Al-Fityah sebanyak 14 orang (9%), responden yang bersekolah di SMP IT Arroyan sebanyak 12 orang (7%), responden yang bersekolah di MTS Al-Huda sebanyak 11 orang (7%),

responden yang bersekolah di MTS Dar'el Hikmah sebanyak 15 orang (9%), sedangkan responden yang bersekolah di SMA Babussalam sebanyak 15 orang (9%).

## **5.2 Analisa Pasar**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap lima orang responden, maka dari hasil pengolahan data mengenai aspek pasar dapat diketahui bahwa:

1. Bimbel Nurul Fikri sesuai dikembangkan di Panam, karena berdekatan dengan sekolah islam dan sekolah umum yang ada di Panam, karena sama-sama memberikan ilmu kepada siswanya. Sebab, Bimbel Nurul Fikri tidak hanya memberikan keilmuan tentang pengetahuan tetapi juga menanamkan nilai keislaman kepada siswanya. Sehingga antara ilmu dunia dengan ilmu akhirat menjadi sejalan.
2. Bimbel Nurul Fikri sesuai dikembangkan di Panam, karena letak panam yang strategis disebabkan karena kawasan panam merupakan kawasan pusat pendidikan, daerah pengembangan Kota Pekanbaru, serta dekat dengan jalur lintas Sumatera. Sehingga dengan demikian memudahkan akses siswa yang ada di Panam untuk mendapatkan ilmu di luar sekolah, tanpa harus jauh-jauh pergi kearah perkotaan.
3. Bimbel menjadi suatu trend dan kebutuhan bagi siswa, karena pelajaran di sekolah tidak secara penuh di dapat oleh siswa. Oleh sebab itu, dengan adanya bimbel dapat membantu siswa meningkatkan prestasi belajar. Sehingga memudahkan orang tua untuk mendidik anaknya menjadi disiplin dalam belajar, serta menjauhkan mereka dari kegiatan yang tidak berguna.

## **5.3 Analisa Pemasaran**

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan pada bab 4, maka pada analisa pemasaran ini akan dibahas dan dijelaskan mengenai setiap pertanyaan dan pernyataan yang telah disebarkan kepada 164 (seratus enam puluh empat) orang responden, data kuesioner ini memberikan informasi mengenai hal-hal yang yang

mendukung aspek pemasaran dalam pengembangan Bimbel Nurul Fikri. Setelah dilakukannya pengolahan terhadap data pemasaran, maka dapat dianalisa sebagai berikut:

### **5.3.1 Analisa Pengukuran Variabel Produk**

#### **5.3.1.1 Analisa bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa yaitu sebesar:  $625/820 \times 100\% = 76.22\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa memiliki nilai yang kuat. Sehingga dengan adanya nilai tambah berupa fasilitas tanya jawab PR siswa, akan membantu siswa dalam menghadapi tugas-tugas yang kurang dipahami di sekolah. Hal ini tentunya menjadi pertimbangan bagi Bimbel Nurul Fikri guna meningkatkan pasar.

#### **5.3.1.2 Analisa bimbel menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman yaitu sebesar:  $558/820 \times 100\% = 68.05\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri harus memperhatikan faktor ruangan belajar yang bersih dan nyaman, yang mana dapat membantu siswa untuk lebih fokus dan nyaman belajar di bimbel.

#### **5.3.1.3 Analisa bimbel menyediakan tentor professional dan berstandar nasional**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel menyediakan tentor professional dan berstandar nasional yaitu sebesar:  $546/820 \times 100\% = 66.59\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel menyediakan tentor professional dan berstandar nasional memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri harus lebih memperhatikan standar tentor yang ada, karena hal ini sangat mempengaruhi siswa dalam menerima

pelajaran, yang mana dapat membantu siswa untuk lebih termotivasi dalam belajar di bimbel karena adanya tentor yang professional

#### **5.3.1.4 Analisa bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan yaitu sebesar:  $575/820 \times 100\% = 70.12\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri sebaiknya sesering mungkin untuk melakukan Try Out berkala, yang mana dapat membantu siswa untuk lebih mengetahui bakat dan kemampuannya di dalam belajar.

#### **5.3.1.5 Analisa bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus yaitu sebesar:  $608/820 \times 100\% = 74.15\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri harus menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus, yang mana dengan adanya modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus dapat mempermudah siswa dalam belajar

#### **5.3.1.6 Analisa bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta yaitu sebesar:  $565/820 \times 100\% = 68.90\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor,

maka bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa bimbel yang akan dikembangkan merupakan Bimbel Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta, yang mana dengan hadirnya Bimbel Nurul Fikri dapat menambah kepercayaan diri siswa karena nama Nurul Fikri yang harum di Jakarta.

#### **5.3.1.7 Analisa Bimbel Nurul Fikri lebih islami yakni sesuai dengan mottonya, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang”**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pernyataan Moto Bimbel Nurul Fikri, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang ”yaitu sebesar:  $556/820 \times 100\% = 68.78\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka Bimbel Nurul Fikri yang memiliki moto, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang” memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri berlandaskan kepada motto yang sangat mengesakan Allah SWT, yang mana Bimbel Nurul Fikri mengaitkan kecemerlangan tergantung dari sang pencipta yaitu Allah SWT.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui rangking prioritas utama pemasaran dalam variabel produk yang harus diperhatikan Bimbel Nurul Fikri yaitu:

1. Bimbel menyediakan fasilitas tanya jawab PR siswa
2. Bimbel menyediakan modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus
3. Bimbel menyediakan fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan
4. Bimbel yang akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta
5. Bimbel Nurul Fikri lebih islami yakni sesuai dengan mottonya, “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang”
6. Bimbel menyediakan ruangan belajar yang bersih dan nyaman
7. Bimbel menyediakan tentor professional dan berstandar nasional

### **5.3.2 Analisa Pengukuran Variabel Harga**

#### **5.3.2.1 Analisa harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil yaitu sebesar:  $560/820 \times 100\% = 68.29\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri harus memberikan paket harga cicilan, yang mana para responden menginginkan adanya paket harga yang dapat dicicil.

#### **5.3.2.2 Analisa harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal yaitu sebesar:  $561/820 \times 100\% = 68.41\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal memiliki nilai yang kuat,. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri harus memberikan paket yang lebih murah bagi siswa yang membayar lunas di awal, yang mana para responden menginginkan adanya paket harga yang lebih murah di bayar di awal.

#### **5.3.2.3 Analisa bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester yaitu sebesar:  $578/820 \times 100\% = 70.49\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri harus memberikan paket harga satu/dua semester, hal ini dikarenakan dapat memudahkan orang tua siswa dalam membayar paket, yang mana para responden menginginkan adanya paket harga satu/dua semester.

#### **5.3.2.4 Analisa bimbel sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel sebaiknya memberikan diskon yaitu sebesar:  $592/820 \times 100\% = 72.20\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel sebaiknya memberikan diskon memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah, hal ini dikarenakan dapat menumbuhkan semangat siswa untuk lebih meningkatkan prestasi di sekolah.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui ranking prioritas utama pemasaran dalam variabel harga yang harus diperhatikan Bimbel Nurul Fikri yaitu:

1. Bimbel sebaiknya memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah
2. Bimbel sebaiknya menerapkan paket harga satu/dua semester
3. Harga paket bimbel sebaiknya lebih murah jika di bayar lunas di awal
4. Harga paket bimbel sebaiknya dapat dicicil

### **5.3.3 Analisa Pengukuran Variabel Lokasi**

#### **5.3.3.1 Analisa bimbel sebaiknya di bangun di daerah Panam**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel sebaiknya di bangun di daerah Panam yaitu sebesar:  $604/820 \times 100\% = 73.66\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel sebaiknya dibangun di daerah Panam memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri sangat cocok jika dibangun di daerah Panam, hal ini dikarenakan daerah Panam memiliki jumlah sekolah yang banyak, serta dekat dengan pusat perbelanjaan dan pemukiman warga.

### **5.3.3.2 Analisa bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi, daerah keramaian dan pusat pendidikan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi yaitu sebesar:  $555/820 \times 100\% = 67.68\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka bimbel sebaiknya sebaiknya dekat jalur transportasi memiliki nilai yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bimbel Nurul Fikri sangat penting jika dikembangkan dekat dengan jalur transportasi, yang mana dapat memudahkan siswa dalam mobilitas ke tempat bimbel, selain itu bimbel juga diharapkan dekat dengan daerah keramaian serta dekat dengan pusat pendidikan agar mudah nantinya para orang tua dalam mengontrol anaknya yang bimbel.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui rangking prioritas utama pemasaran dalam variabel lokasi yang harus diperhatikan Bimbel Nurul Fikri yaitu:

1. Bimbel sebaiknya di bangun di daerah Panam
2. Bimbel sebaiknya dekat jalur transportasi, daerah keramaian dan pusat pendidikan

### **5.3.4 Analisa Pengukuran Variabel Promosi**

#### **5.3.4.1 Analisa promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung kesekolah-sekolah**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah yaitu sebesar:  $611/820 \times 100\% = 74.51\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah memiliki nilai yang kuat, yang mana para responden menginginkan Bimbel Nurul Fikri terjun langsung kesekolah-sekolah untuk melakukan promosi. Sehingga Bimbel Nurul Fikri layak dikembangkan.



#### **5.3.4.2 Analisa promosi sebaiknya disebar melalui brosur**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan promosi sebaiknya disebar melalui brosur yaitu sebesar:  $578/820 \times 100\% = 70.49\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka promosi sebaiknya disebar melalui brosur memiliki nilai yang kuat, yang mana para responden juga menginginkan Bimbel Nurul Fikri melakukan promosi melalui brosur. Sehingga Bimbel Nurul Fikri layak dikembangkan.

#### **5.3.4.3 Analisa promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak yaitu sebesar:  $557/820 \times 100\% = 67.93\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak memiliki nilai yang kuat, yang mana para responden menginginkan Bimbel Nurul Fikri melakukan promosi melalui media cetak. Sehingga Bimbel Nurul Fikri layak dikembangkan.

#### **5.3.4.4 Analisa promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik yaitu sebesar:  $516/820 \times 100\% = 62.93\%$  yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik memiliki nilai yang kuat, yang mana para responden juga menginginkan Bimbel Nurul Fikri melakukan promosi melalui media elektronik. Sehingga Bimbel Nurul Fikri layak dikembangkan.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui rangking prioritas utama pemasaran dalam variabel promosi yang harus diperhatikan Bimbel Nurul Fikri yaitu:

1. Promosi sebaiknya dilakukan dengan terjun langsung kesekolah-sekolah
2. Promosi sebaiknya disebar melalui brosur
3. Promosi sebaiknya dilakukan melalui media cetak
4. Promosi sebaiknya dilakukan melalui media elektronik

## **5.4 Analisa Aspek Keuangan**

### **5.4.1 Analisa *Net Present Value (NPV)***

Perhitungan kelayakan menggunakan metode NPV menunjukkan bahwa NPV bernilai negatif yaitu dapat dilihat dari PV kas bersih dikurangi dengan PV investasi sebesar  $\text{Rp } 351.990.250,2 - \text{Rp } 367.550.000 = \text{Rp } - 15.559.749,8$ . Berdasarkan data ini berarti bahwa perbandingan antara total pemasukan dan besarnya modal investasi lebih tinggi investasi, sehingga usaha ini belum menguntungkan untuk dilaksanakan. Berdasarkan kriterianya apabila Jika *NPV* negatif maka investasi ditolak.

### **5.4.2 Analisa *Internal Rate of Return (IRR)***

Perhitungan kelayakan dengan menggunakan metode IRR menunjukkan nilai suku bunga pengembalian investasi sebesar 10,11 %, sedangkan suku bunga pinjaman sebesar 12 % dengan demikian investasi tidak dapat dilaksanakan. Hal ini dikarenakan suku bunga pinjaman bank lebih besar daripada suku bunga pengembalian investasi.

### **5.4.3 Analisa *Payback Period (PP)***

Pada pengolahan data *payback period* menunjukkan bahwa modal usaha yang akan digunakan untuk investasi pengembangan Bimbel Nurul Fikri tidak kembali, hal ini dikarenakan Bimbel Nurul Fikri tidak dapat mengembalikan modal usaha selama 5 tahun bahkan mengalami kerugian sebesar  $\text{Rp } - 15.559.749,8$ . Dengan demikian pengembangan Bimbel Nurul Fikri di daerah Panam tidak dapat dilaksanakan.

## **BAB VI PENUTUP**

### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dan tujuan yang ingin dicapai, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **6.1.1 Aspek Pasar**

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan pada aspek pemasaran, dapat disimpulkan bahwa:

1. Bimbel Nurul Fikri sesuai dikembangkan di Panam, karena berdekatan dengan sekolah islam dan sekolah umum yang ada di Panam, selain itu Bimbel Nurul Fikri juga mengintegrasikan keilmuan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Sehingga antara ilmu dunia dengan ilmu akhirat menjadi sejalan.
2. Bimbel Nurul Fikri sesuai dikembangkan di Panam, karena kawasan panam merupakan kawasan yang dijadikan pusat pendidikan oleh Pemerintah Pekanbaru. Selain itu, kawasan ini juga dijadikan kawasan pengembangan kota Pekanbaru. Jadi, selain semakin bertambahnya jumlah penduduk di Panam, juga akan berpengaruh terhadap semakin meningkatnya kebutuhan akan sarana pendidikan, yaitu sekolah. Serta akan berdampak juga terhadap kebutuhan pendidikan tambahan di luar sekolah yaitu Bimbel Nurul Fikri bagi siswa.

#### **6.1.1 Aspek Pemasaran**

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan pada aspek pemasaran, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel produk, berdasarkan analisa variabel produk dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama Bimbel Nurul Fikri dalam menjalankan pemasarannya yaitu: fasilitas tanya jawab PR siswa, diikuti fasilitas modul pelajaran, suplemen, outline dan kumpulan rumus, selanjutnya fasilitas Try Out berkala untuk melatih dan mengukur kemampuan, selanjutnya memberikan promosi berupa nama bimbel yang

akan dikembangkan bernama Nurul Fikri, bimbel terbesar di Jakarta, selanjutnya memasarkan bimbel dengan menjelaskan motto bimbel “Kita maju bersama Allah menuju masa depan cemerlang”, selanjutnya memasarkan bimbel dengan menyediakan tentor professional dan berstandar nasional. Sehingga pelanggan potensial berminat terhadap produk yang ditawarkan.

2. Variabel harga, berdasarkan analisa variabel harga dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama Bimbel Nurul Fikri dalam menjalankan pemasarannya yaitu: dengan memberikan diskon bagi siswa yang mendapat ranking di sekolah, memberikan paket harga satu/dua semester, selanjutnya memberikan harga yang lebih murah jika di bayar lunas di awal, serta memberikan cicilan dalam pembayaran. Sehingga pelanggan potensial berminat terhadap harga yang ditawarkan
3. Variabel lokasi, berdasarkan analisa variabel lokasi dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama Bimbel Nurul Fikri dalam menjalankan pemasarannya yaitu: dengan membangun Bimbel Nurul Fikri di daerah Panam, selanjutnya membangun bimbel dekat jalur transportasi, daerah keramaian dan pusat pendidikan. Sehingga memudahkan pelanggan potensial menuju tempat bimbel.
4. Variabel promosi, berdasarkan analisa variabel promosi dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama Bimbel Nurul Fikri dalam menjalankan pemasarannya yaitu: dengan terjun langsung ke sekolah-sekolah, selanjutnya promosi disebar melalui brosur, selanjutnya promosi dilakukan melalui media cetak, dan yang terakhir dengan melakukan promosi melalui media elektronik. Dengan demikian akan memudahkan pasar potensial untuk mengenal dan mendaftar ke Bimbel Nurul Fikri.

### 6.1.2 Aspek Keuangan

#### 1. *Net Present Value (NPV)*

Berdasarkan pengolahan serta analisa data diperoleh nilai *NPV* Rp - 15.559.749.8 bernilai negatif, berdasarkan kriteria ini berarti investasi tidak layak untuk dikembangkan. Jika pengolahan data keuangan dilakukan dengan memasukkan pendapatan dan pengeluaran dari program super intensif, maka bisa jadi *Net Present Value (NPV)* bernilai positif, sehingga pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam menjadi layak untuk dikembangkan.

#### 2. *Internal Rate of Return (IRR)*

Berdasarkan kriteria pengolahan *IRR* bahwa nilai suku bunga pengembalian investasi sebesar 10,11 % lebih kecil dari pada suku bunga pinjaman bank sebesar 12 %, berdasarkan metode *IRR* investasi tidak layak dikembangkan. Jika pengolahan data keuangan dilakukan dengan memasukkan pendapatan dan pengeluaran dari program super intensif, maka bisa jadi suku bunga pengembalian investasi lebih besar daripada suku bunga pinjaman bank, sehingga pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam menjadi layak untuk dikembangkan.

#### 3. *Payback Period (PP)*

Jika dilihat dari pengolahan dan analisa metode *Payback Period (PP)* diketahui bahwa Bimbel Nurul Fikri tidak layak untuk dikembangkan, hal ini dikarenakan pihak Bimbel Nurul Fikri tidak mampu untuk mengembalikan modal investasi sebesar Rp 367.550.000 selama umur investasi yaitu 5 tahun. Oleh sebab itu, jika CV. Bimbel Nurul Fikri ingin pengembangan Bimbel Nurul Fikri di Panam layak, sebaiknya pihak CV. Bimbel Nurul Fikri memilih rentang umur investasi selama 6 tahun. Selain itu, jika pengolahan data keuangan dilakukan dengan memasukkan pendapatan dan pengeluaran dari program super intensif, maka bisa jadi umur investasi selama 5 tahun menjadi layak untuk dikembangkan.

## **6.2 Saran**

Dari kesimpulan di atas, maka saran yang akan diberikan pada penelitian ini baik bagi pihak Bimbel Nurul Fikri maupun untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- a. Aspek Pasar, pihak Bimbel Nurul Fikri sebaiknya meningkatkan kerjasama dengan pihak sekolah untuk mendapatkan pasar yang lebih banyak.
- b. Aspek Pemasaran, sebaiknya strategi promosi terjun langsung kesekolah-sekolah lebih ditingkatkan, sehingga akan mempengaruhi jumlah siswa.
- c. Aspek Keuangan, sebaiknya pihak Bimbel Nurul Fikri lebih meningkatkan siswa dan menekan pengeluaran yang tidak penting untuk meningkatkan keuntungan agar pengembangan Bimbel Nurul Fikri menjadi layak dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alex dan Umar. "*Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek*". Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara, Jakarta. 2004.
- Giatman. "*Ekonomi Teknik*". PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta. 2006.
- Ibrahim, Yacob. "*Studi Kelayakan Bisnis*". Edisi revisi. PT. Rinerka Cipta, Jakarta. 2009.
- Kasmir dan Jakfar. "*Studi Kelayakan Bisnis*". Edisi kedua. Prenada Media, Jakarta Timur. 2008.
- \_\_\_\_\_. "*Manajemen Pemasaran*". Jilid 2. PT. Prenhallindo, Jakarta. 1997
- Kotler, Philip. "*Manajemen Pemasaran*". Edisi 12. PT. Indeks, Jakarta. 2007
- \_\_\_\_\_. "*Business Plan*". PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2008.
- Rangkuti, Freddy. "*Riset Pemasaran*". PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2009.
- Riduwan dan Sunarto. "*Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*". CV. Alfabeta, Bandung. 2010
- Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*". CV. Alfabeta, Bandung. 2009
- Umar, Husein. "*Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*". Edisi kedua. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta. 2008.
- \_\_\_\_\_. "*Studi Kelayakan Bisnis*". Edisi 3 Revisi. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2007.
- Meirina, Zita. "*Bimbingan Belajar, Bisnis Subur Menjelang Ujian Sekolah*". Jurnal Bisnis Bali. [Online] Available [http: www.bisnisbali.com/2008/04/14/news/bisnis\\_umum/bis.html](http://www.bisnisbali.com/2008/04/14/news/bisnis_umum/bis.html). 2008. Tanggal diakses 7 Mei 2010.